

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING Y SU FINANCIAMIENTO
APLICABLE EN EL AÑO 2015 PARA LA EMPRESA VELTEK
UBICADA EN LA CIUDAD DE QUITO

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

ANDREA CAROLINA MUÑOZ MUÑOZ

DIRECTOR: MGT. SANTIAGO LOPEZ

QUITO, MAYO 2015

DIRECTOR DE DISERTACIÓN

Mgt. Santiago López

INFORMANTES

Ing. Alexandra Ramírez

Ing. Nelson Reinoso

DEDICATORIA

A mi madre, la mujer que más admiro, por su entrega y dedicación en cada momento, por su confianza, por compartir este sueño conmigo.

A mis tíos Alba y Blady, por ser mi principal apoyo, mi guía, por mantenerse a mi lado siempre e impulsarme hacia adelante, por tanto cariño.

Andrea

AGRADECIMIENTO

A madre, mis tías y mi familia, por su constante motivación y apoyo durante este proceso.

Agradezco a mi director de tesis, Ing. Santiago López, quien ha sido el principal apoyo durante el desarrollo del presente Trabajo de Titulación.

A Fernando Parra, Gerente General de Veltek Cia.Ltda por su apertura para la realización de la presente propuesta.

De forma general, a las personas que contribuyeron con sus conocimientos y ayuda durante este proceso, muchas gracias.

Andrea

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	ii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iii
ÍNDICE DE TABLAS.....	iv
ÍNDICE DE CUADROS	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	vi
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
CAPITULO I.....	3
1. ANÁLISIS SITUACIONAL DE VELTEK CIA. LTDA.	3
1.1. Análisis del Ambiente Externo	3
1.1.1. Análisis del Macro ambiente	3
□ Factores Económicos.....	3
□ Factores Tecnológicos.....	15
1.1.2. Análisis del Microambiente.....	15
□ Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter	15
□ Análisis de Perfil Competitivo.	26
1.2. Análisis del Ambiente Interno	29
□ Análisis de clientes.....	29
□ Análisis Diagrama de Pareto por ventas.....	44
□ Análisis Diagrama de Pareto por clientes.....	49
□ Análisis Proveedores.....	52
□ Intermediarios.....	52
□ Competencia.....	54
1.2.1. Matriz para análisis de Factores Externos VELTEK Cía. Ltda.....	67
1.2.2. Matriz para análisis de Factores Internos VELTEK Cía. Ltda.....	69
CAPÍTULO II.....	75
2. LA EMPRESA.	75
2.1. Resumen de la Empresa VELTEK.....	75

2.2.	Direccionamiento estratégico.....	76
2.2.1.	Misión.....	76
2.2.2.	Visión.....	77
2.2.3.	Filosofía	77
2.2.4.	Valores	78
2.2.5.	Marca... ..	80
2.3.	Gestión Administrativa.....	81
2.3.1	Producto	86
2.3.3.	Distribución.....	88
2.3.4.	Actividades de Comunicación, promoción y ventas.....	90
2.4.	Procesos productivos.....	94
CAPÍTULO III		95
ESTUDIO DE MERCADO.....		95
3.1.	Propósito de la Investigación	95
3.2.	Problema de investigación	95
3.3.	Objetivos de investigación.....	96
3.3.1.	Objetivo General.....	96
3.3.2.	Objetivos Específicos	96
3.4.	Entrevista Clientes	100
	Demanda.....	100
	Oferta.....	105
CAPÍTULO IV		135
ESTRATEGIAS DE MARKETING,		135
4.1.	Estrategias de Marketing	135
<input type="checkbox"/>	Planificación.....	135
<input type="checkbox"/>	Posicionamiento.....	135
<input type="checkbox"/>	Personas.....	140

□ Imagen corporativa.....	142
□ Producto.....	149
□ Precio.....	155
□ Promoción- comunicación.....	157
□ Lugar.....	167
□ Costo Plan.....	168
 CAPÍTULO V.....	 170
ESTUDIO FINANCIERO.....	170
5.1. Estados Financieros Veltek Cia.Ltda.....	170
5.2. Estado de Situación Financiera.....	171
5.3. Estado de Resultados	174
5.4. Operatividad del Plan de Marketing	175
5.5. Inversión Inicial	175
5.6. Estados Financieros Proyectados.....	179
5.7. Punto de Equilibrio.....	187
 CAPITULO VI	 187
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	189
6.1. Conclusiones	191
6.2. Recomendaciones	195
BIBLIOGRAFIA	199

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tasa de Inflación	3
Tabla 2 Proyección Inflación 2015	4
Tabla 3 Tasa de interés activa	6
Tabla 4 Tasa de interés pasiva	8
Tabla 5 Producto Interno Bruto por Rama de Actividad	10
Tabla 6 Amenaza de nuevos entrantes	15
Tabla 7 Rivalidad entre competidores	17
Tabla 8 Poder de negociación vendedores	18
Tabla 9 Poder de negociación de los clientes	19
Tabla 10 Amenaza de productos sustitutos	20
Tabla 11 Intensidad Fuerzas de Porter	21
Tabla 12 Matriz perfil competitivo Veltek Cia.Ltda	25
Tabla 13 Pareto Clientes Equipos 2012	29
Tabla 14 Pareto Proyectos Eléctricos 2012	30
Tabla 15 Diagrama Pareto Clientes Proyectos Mecánicos 2012	31
Tabla 16 Diagrama Pareto Clientes Servicios 2012	33
Tabla 17 Pareto Clientes Equipos 2013	35
Tabla 18 Pareto Clientes Proyectos Eléctricos 2013	36
Tabla 19 Pareto Clientes Proyectos Mecánicos 2013	37
Tabla 20 Pareto Clientes Servicios 2013	38

Tabla 21 Pareto Ventas 2012	39
Tabla 22 Pareto Ventas 2013	41
Tabla 23 Pareto Proyectos 2012	42
Tabla 24 Pareto Equipos 2012	44
Tabla 25 Pareto Servicios 2012	45
Tabla 26 Pareto Equipos 2013	46
Tabla 27 Pareto Equipos 2013	48
Tabla 28 Pareto Servicios 2013	49
Tabla 29 Proveedores Veltek	51
Tabla 30 Competidores directos	52
Tabla 31 Competencia Proyectos	56
Tabla 32 Competencia Equipos	60
Tabla 33 Productos Competencia	61
Tabla 34 Productos Competencia Maquinarias Henriques	62
Tabla 35 Competencia Servicios Ingeniería	63
Tabla 36 MFE Veltek Cia.Ltda	65
Tabla 37 MFI Veltek.Cia. Ltda	67
Tabla 38. Nómina actual VELTEK	80
Tabla 39 Descripción Funcional Organigrama VELTEK	81
Tabla 40 Diagrama de flujo de actividad Veltek	83
Tabla 41. Productos VELTEK	85
Tabla 42 Margen de utilidad	86

Tabla 43 Políticas de Pago Clientes Veltek	86
Tabla 44 Clientes Actuales Veltek Cia.Ltda	95
Tabla 45 Clientes Actuales Veltek Cia.Ltda	96
Tabla 46 Clientes Actuales Veltek Cia.Ltda	97
Tabla 47 Clientes Potenciales	98
Tabla 48 Demanda	100
Tabla 49 Demanda Actual	102
Tabla 50 Proyección Demanda	102
Tabla 51 Oferta	104
Tabla 52 Oferta por línea de producto	107
Tabla 53 Proyección de la oferta	108
Tabla 54 Comentarios Clientes	117
Tabla 55 Cronograma actividades Planificación	135
Tabla 56 Mercado objetivo Veltek	138
Tabla 57 Logo Veltek Cia.Ltda	140
Tabla 58 Estándares de Calidad Proyectos Veltek	149
Tabla 59 Cronograma Capacitación CEPI	151
Tabla 60 Propuesta Políticas de Pago	154
Tabla 61 Esquema nueva página web	158
Tabla 62 Criterios de diseño página web	158
Tabla 63 Propuesta de comunicación	162
Tabla 64 Criterios de Venta Personal	163

Tabla 65 Matriz de actividades Plan de Marketing	166
Tabla 66 Matriz de actividades Plan de Marketing	167
Tabla 67 Gasto operacional	167

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Tasa de Inflación 2013-2014	5
Gráfico 2 PIB Ecuador (US\$ a precios actuales)	11
Gráfico 3 Cinco Fuerzas de Porter	16
Gráfico 4 Intensidad Fuerzas de Porter	25
Gráfico 5 Análisis Pareto Clientes Equipos 2012	32
Gráfico 6 Análisis Pareto Clientes Proyectos Eléctricos 2012	33
Gráfico 7 Análisis Pareto Clientes Proyectos Mecánicos 2012	35
Gráfico 8 Análisis Diagrama de Pareto Clientes Servicios 2012	36
Gráfico 9 Análisis de Pareto Clientes Equipos 2013	38
Gráfico 10 Análisis Pareto Clientes Proyectos Eléctricos 2013	39
Gráfico 11 Análisis Pareto Proyectos Mecánicos 2013	40
Gráfico 12 Análisis Pareto Clientes Servicios 2013	41
Gráfico 13 Análisis Pareto Ventas 2012	42
Gráfico 14 Análisis de Pareto Ventas 2013	43
Gráfico 15 Análisis Pareto Proyectos 2012	45
Gráfico 16 Análisis Pareto Equipos 2012	47
Gráfico 17 Análisis de Pareto Servicios 2012	48
Gráfico 18 Análisis de Pareto Proyectos 2013	49
Gráfico 19 Análisis Pareto Equipos 2013	51
Gráfico 20 Análisis Pareto Equipos 2013	52

Gráfico 22 Proveedores Veltek	53
Gráfico 23 Competencia - AVS	57
Gráfico 24 Competencia - Assistech	61
Gráfico 25 Organigrama Estructural Veltek Cia.Ltda	84
Gráfico 26 Mapa de dirección Veltek	89
Gráfico 27 Página web Veltek	90
Gráfico 28 Página web Veltek	91
Gráfico 29 Página web Veltek	92
Gráfico 30 Página web Veltek	92
Gráfico 31 Página web Veltek	93
Gráfico 32 Cadena de Valor Veltek Cia.Ltda	94
Gráfico 33 Estrategia de Planificación	136
Gráfico 34 Percepción de marca	139
Gráfico 35 Pareto Proyectoss 2013	151
Gráfico 36 Pareto Servicios de Ingeniería 2013	153
Gráfico 37 Pareto Equipos 2013	154

ÍNDICE DE FOTOGRAFIAS

Fotografía 1 Nueva Página web	161
Fotografía 2 Propuesta nueva página web	162
Fotografía 3 Herramienta de control página web	162

RESUMEN

El nivel de competitividad empresarial que ha existido en el mercado en los últimos años ha sido uno de los determinantes para el surgimiento de propuestas estratégicas enfocadas en posicionamiento empresarial y captación de clientes, y en Marketing, específicamente, estas estrategias desembocarán en posicionamiento de marca, aceptación de nuevos productos, incremento en ventas, y todos los aspectos que involucren la satisfacción del cliente como tal.

Veltek Cia.Ltda desde su apertura en el año 2009, no ha realizado esfuerzos para lograr una marca posicionada o reconocida por un valor agregado específico, por lo que es conocida únicamente por su gestión en la Industria de Servicios de Ingeniería. La empresa no mantiene estrategias de Marketing vigentes debido a que su estructura y funcionamiento está dada básicamente por know-how de sus tres socios actuales. Ante esta situación se ha propuesto el Diseño de un Plan de Marketing para la empresa, con la finalidad de fortalecer su imagen y constituirse como una de las mejores empresas en la industria.

Palabras clave:

Posicionamiento empresarial, Satisfacción del cliente, Estrategias de Marketing, Plan de Marketing, Competitividad.

INTRODUCCION

En la actualidad, la prestación de servicios va destacando y alcanzando cada vez mayor protagonismo en las actividades económicas de cada país a nivel mundial. Para todos es innegable la importancia que representa la prestación de servicios dentro de la economía, a tal nivel que se encuentra desplazando poco a poco y en buena parte a la industria manufacturera que ha sido indudablemente una de las categorías que más aporte ha dado al PIB de los distintos países a nivel mundial.

Los servicios profesionales, de salud, jardinería y hasta los servicios de comunicaciones, hoy en día se están convirtiendo también en plazas de empleo, lo cual representa un gran aporte a la economía nacional, y a su vez, una generación de valor tanto para clientes como proveedores. La elaboración del presente trabajo de investigación tiene como objeto guiar a la empresa Veltek Cia.Ltda mediante estrategias y análisis a la toma de decisiones para potenciar su desarrollo, apoyados de distintas herramientas.

Veltek Cia.Ltda tiene como giro de negocio la prestación de servicios de Ingeniería, mantenimiento, operación, concesiones y construcción de líneas de transmisión y subestaciones eléctricas de alta, media y baja tensión; en sus casi seis años de funcionamiento esta empresa se ha enfocado en ofrecer servicios con altos estándares de calidad, brindando soluciones con productos de última tecnología comprometidos siempre con el cuidado medioambiental y la seguridad industrial.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se realizará un análisis situacional interno y externo que permita determinar el escenario actual de la empresa, así como también se realizará una investigación de mercado que brinde lineamientos para realizar una propuesta de Plan de Marketing aplicable en el año 2015 para la empresa analizada.

En base a la propuesta generada durante el desarrollo del presente trabajo de investigación, se realizará el estudio del financiamiento del Plan de Marketing apoyado de indicadores y herramientas financieras, y finalmente se expondrán las conclusiones y recomendaciones ofreciendo un claro panorama del impacto de la propuesta.

CAPITULO I

ANÁLISIS SITUACIONAL DE VELTEK CIA. LTDA

1.1 Análisis del Ambiente Externo

1.1.1 Análisis del Macro ambiente

- **Factores Económicos**

Los factores económicos forman parte de los aspectos determinantes para la toma de decisiones empresariales, por lo que resulta indispensable analizarlos de forma detallada con referencia al período de ejecución del proyecto. Los principales factores a analizar son los siguientes:

a. Inflación

Al definir inflación se pueden observar tres principales ángulos de estudio, uno por sus causas, detallando así que es el “exceso de emisión

monetaria, en el aumento descompensada de los signos monetarios” (PERNAUT ARDANAZ, Manuel. S.J y ORTIZ F. Eduardo José, 2008)

En el segundo ángulo, desde el punto de vista de las consecuencias, se identifica a la inflación como “la subida general de precios, precisando a lo más que se trata de una subida continuada del índice de precios” (PERNAUT ARDANAZ, Manuel. S.J y ORTIZ F. Eduardo José, 2008). Y finalmente, como tercer ángulo del análisis se menciona a la fenomenología del proceso, “se insiste en que para que pueda hablar de inflación debe darse un ritmo acelerado en la subida de precios” (PERNAUT ARDANAZ, Manuel. S.J y ORTIZ F. Eduardo José, 2008)

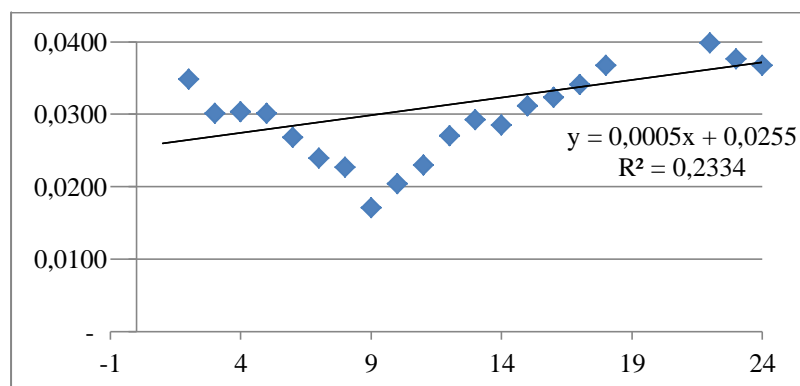
Desde distintos puntos de vista, las tres definiciones presentadas anteriormente dejan en evidencia que la inflación constituye un indicador económico extremadamente sensible, que tiene influencia determinante en las decisiones de la empresa, es así como para el presente trabajo de investigación se ha considerado la tasa de inflación acumulada del período 2013 que es de 4,12%, dato obtenido a través del Banco Central del Ecuador.

Durante el período fiscal 2013 la inflación al 31 de diciembre llegó con una baja de 2,70 puntos porcentuales, con una constante fluctuación en relación a diciembre del 2012 que cerró en el 4,10%.

Tabla 1 Tasa de Inflación

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %

Elaborado por BCE

Fuente: <http://www.bce.fin.ec/>**Gráfico 1 Tasa de Inflación 2013-2014****Fuente:** Banco Central del Ecuador**Elaboración propia**

El comportamiento de este indicador, según los datos expuestos en la tabla presentada a continuación es fluctuante, lo cual afecta a las actividades de Veltek Cia.Ltda., pues podría afectar y dificultar el establecer procesos de negociación con los clientes, estos podrían a su vez caracterizarse por la inseguridad y variabilidad de este indicador.

Tabla 2 Proyección Inflación 2015

FECHA	VALOR	INFLACIÓN ANUAL
41275	0,0410	
41306	0,0348	
41334	0,0301	
41365	0,0303	
41395	0,0301	2,73%
41426	0,0268	
41456	0,0239	
41487	0,0227	
41518	0,0171	
41548	0,0204	
41579	0,0230	
41609	0,0270	
41640	0,0292	
41671	0,0285	
41699	0,0311	
41730	0,0323	
41760	0,0341	
41791	0,0367	3,59%
41821	0,0411	
41852	0,0415	
41883	0,0419	
41913	0,0398	
41944	0,0376	
41974	0,0367	
42005	0,0377	
42036	0,0381	
42064	0,0386	
42095	0,0391	
42125	0,0396	
42156	0,0401	3,87%
42186	0,0406	
42217	0,0411	
42248	0,0416	
42278	0,0420	
42309	0,0425	
42339	0,0430	

Elaborado por: Andrea Muñoz

Fuente: BCE

La inflación proyectada para el año 2015 será de 3,87%, con una variación del 0,28% con respecto a la tasa registrada durante el año 2014.

b. Tasas de Interés

Se conoce como tasa de interés al “precio que se paga por una cantidad de dinero que ha sido prestado para un período determinado” (HERNÁNDEZ, 2006), es así como podemos decir que la cantidad de dinero que se paga por el uso de éste en un determinado tiempo o período corresponde a la tasa de interés.

En nuestro país, el Banco Central del Ecuador constituye la entidad reguladora de tasas de interés tanto activa como pasiva. Una tasa nominal “generalmente está postulada para todas las operaciones financieras” (HERNANDEZ, Gustavo , 2006). Se describe a continuación la tasa pasiva y tasa activa, con el fin de plantear una definición y establecer su operatividad en el mercado económico.

Tasa de interés activa

Se define la tasa de interés activa según “las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central” (HERNANDEZ, Gustavo , 2006). Se puede definir entonces a la tasa de interés activa como aquella que

por su condición es recurso que pertenece a la banca y por ende los rubros de rendimiento son a favor de la misma.

Para diciembre del 2013 la tasa de interés nominal determinada por el Banco Central del Ecuador es 8,17%, la cual se ha mantenido durante el período mencionado, sin embargo, en enero del año 2015 esta sufre una reducción a 7,84%, como se observa en la tabla presentada a continuación.

Tabla 3 Tasa de interés activa

FECHA	VALOR
Enero-31-2015	7.84 %
Diciembre-31-2014	8.19 %
Noviembre-30-2014	8.13 %
Octubre-31-2014	8.34 %
Septiembre-30-2014	7.86 %
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración BCE

Para la toma de decisiones empresariales resulta necesario observar el comportamiento de este indicador debido a que, si la empresa requiere en algún momento acudir a un crédito de inversión deberá acatar dicha tasa en la entidad bancaria con la que trabaje.

Tasa de interés pasiva

Se conoce a la tasa de interés pasiva como “el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita su dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen” (HERNANDEZ, Gustavo , 2006). Es así como la tasa de interés pasiva al igual que la tasa de interés activa mencionada anteriormente genera rubros por la prestación de esta cuando el rendimiento resulta a favor del cuenta ahorrista.

El Banco Central del Ecuador a diciembre del 2013 establece una tasa de 4,53%, la misma que en enero de 2015 demuestra un comportamiento al alza alcanzando así un 5,22%.

Tabla 4 Tasa de interés pasiva

FECHA	VALOR
Enero-31-2015	5.22 %
Diciembre-31-2014	5.18 %
Noviembre-30-2014	5.07 %
Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	4.53 %
Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	4.53 %

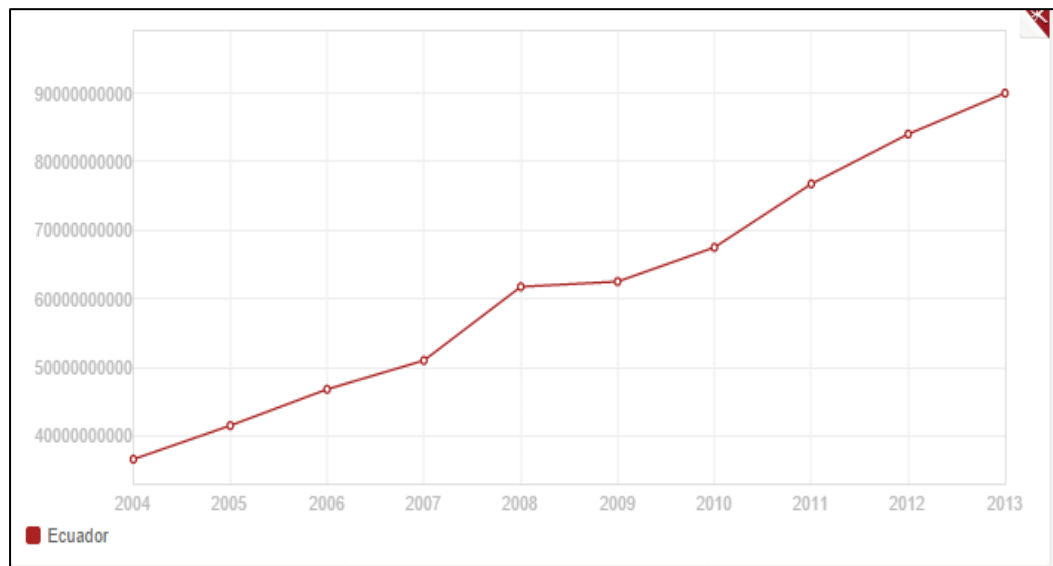
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración BCE

c. PIB

Se define al PIB como el valor de mercado de la producción dentro de una nación durante un período, dándose significado de producción a las ventas nacionales de bienes y servicios, a personas naturales o físicas. (KOHLER)

Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE), el PIB alcanzado por el país en el año 2013 fue de \$90,02 mil millones con una población total de 15,74 millones de personas.

Gráfico 2 PIB Ecuador (US\$ a precios actuales)



Fuente: Banco Central del Ecuador

El crecimiento económico durante el año 2013 se ha mantenido estable con una tasa prevista del 4,1%. (BCE, 2013)

Existen distintas clases de actividades o ramas económicas que componen el PIB, principalmente tomamos en cuenta “otros servicios” que es el área correspondiente a Servicios de Ingeniería, tomada como actividad económica de Veltek, la cual aportó con un 6,7% al Producto Interno Bruto del año 2013 y se prevé aporte con un mismo 6,7% en el año 2014.

Tabla 5 Producto Interno Bruto por Rama de Actividad

Ramas de actividad \ Años	2013	2014
Ramas de actividad \ Años	(p)	(prev)
Cultivo de banano, café y cacao	1,6	1,6
Cultivo de flores	0,7	0,8
Otros cultivos agrícolas	3,1	3,1
Cría de animales	0,8	0,8
Silvicultura, extracción de madera y actividades relacionadas	1	1
Acuicultura y pesca de camarón	0,6	0,6
Pesca y acuicultura (excepto de camarón)	0,6	0,6
Extracción de petróleo, gas natural y actividades de servicio relacionadas	9,7	9,7
Explotación de minas y canteras	0,4	0,4
Procesamiento y conservación de carne	0,6	0,6
Procesamiento y conservación de camarón	0,3	0,4
Procesamiento y conservación de pescado y otros productos acuáticos	0,8	0,8
Elaboración de aceites y grasas origen vegetal y animal	0,5	0,5
Elaboración de productos lácteos	0,4	0,4
Elaboración de productos de la molinería, panadería y fideos	0,5	0,5
Elaboración de azúcar	0,2	0,2
Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería	0,1	0,1
Elaboración de otros productos alimenticios	0,4	0,4
Elaboración de bebidas	0,7	0,8
Elaboración de tabaco	0	0
Fabricación de productos textiles, prendas de vestir; fabricación de cuero y artículos de cuero	0,9	0,9
Producción de madera y de productos de madera	0,7	0,8
Fabricación de papel y productos de papel	0,7	0,7
Fabricación de productos de la refinación petróleo y de otros productos	1	0,9
Fabricación de sustancias y productos químicos	1,2	1,3
Fabricación de productos del caucho y plástico	0,5	0,5
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	1,1	1,1
Fabricación de metales comunes y de productos derivados del metal	0,7	0,7
Fabricación de maquinaria y equipo	0,5	0,5
Fabricación de equipo de transporte	0,2	0,2
Fabricación de muebles	0,3	0,4
Industrias manufactureras ncp	0,3	0,3

Fuente: Banco Central del Ecuador**Elaborado por BCE**

Ramas de actividad \ Años	2013	2014
Ramas de actividad \ Años	(p)	(prev)
Suministro de electricidad y agua	2,2	2,2
Construcción	10	9,8
Comercio al por mayor y al por menor; y reparación de vehículos automotores y motocicletas	10,3	10,3
Alojamiento y servicios de comida	1,8	1,8
Transporte y almacenamiento	6,5	6,6
Correo y Comunicaciones	3,5	3,5
Actividades de servicios financieros y Financiación de planes de seguro, excepto seguridad social	2,8	2,8
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	6,3	6,3
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	6,1	6
Enseñanza	5	5,1
Servicios sociales y de salud	3,1	3,2
Hogares privados con servicio doméstico	0,3	0,3
Otros servicios	6,7	6,7
Otros elementos del PIB	4	3,9
PRODUCTO INTERNO BRUTO	100	100

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por BCE

Otros servicios sin duda es una de las actividades económicas que más ha aportado al PIB en los últimos años. Durante el 2013 se ubicó como la tercera rama económica que más aportó al PIB con un 6,7%, después de Comercio al por mayor y al por menor; y reparación de vehículos, automotores y motocicletas que aportó con un 10,3% al mismo.

En el año 2014 se prevé este sector productivo se mantenga en su aporte al Producto Interno Bruto en un 6,7%. El aporte que esta actividad económica

tenga en el PIB del Ecuador sin duda influye en el giro de negocio de Veltek y en la productividad que pueda alcanzar durante el próximo año.

- **Factores Tecnológicos:**

En los últimos años la evolución de la tecnología ha sido uno de los factores de éxito para varias empresas, sintetizando procesos o simplemente mejorando su productividad. Los cambios tecnológicos avanzan constantemente a nivel global y estos cambios deben ser adoptados por las empresas, para su desarrollo corporativo, tanto en productos como servicios.

Una de las principales herramientas que el avance tecnológico ha traído ha sido el internet, la cual se ha convertido en una herramienta muy útil y fundamental para las empresas, para realizar transacciones económicas, así como también para ofrecer a los clientes información de productos y servicios a través de páginas webs corporativas.

Adicionalmente, la maquinaria y productos tienen cada vez nuevas características y beneficios para mejorar procesos en tiempo, producción y calidad que sin duda beneficia a los clientes directamente. Veltek se ha

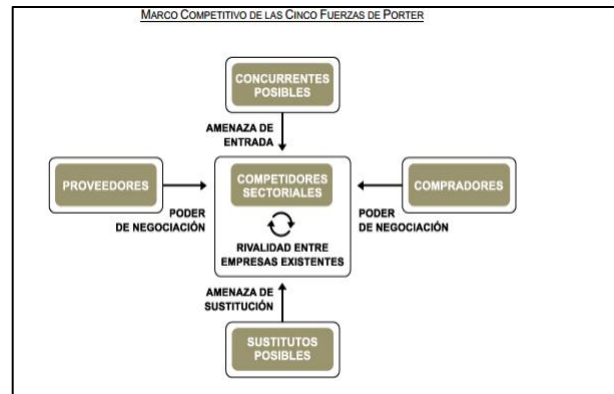
constituido como distribuidor autorizado de productos correspondientes a la industria mecánica, permitiendo a la empresa ofrecer calidad en cada uno de los proyectos que realizan incluyendo tecnología avanzada.

Veltek es una empresa que trabaja con tecnología de punta, siendo así distribuidora autorizada de dos líneas de equipos que están en constante innovación. Es el caso de los equipos para detección y extinción de incendios, y paneles y controles de automatización. Que con su desarrollo permiten a las empresas elevar su nivel de productividad.

1.1.2 Análisis del Microambiente

Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

Las Cinco Fuerzas de Porter es un método que permite tener una visión general, comprender la industria y la influencia de cada una de las fuerzas de competitividad. En el siguiente gráfico se puede apreciar los componentes que analiza este método:

Gráfico 3 Cinco Fuerzas de Porter

Fuente: IE Business School
Elaborado por IE Business School

1. Amenaza de Nuevos Entrantes

En el mercado de Servicios de Ingeniería, la amenaza de nuevos competidores es uno de los factores más importantes a analizar debido a que existe mucha tendencia a abrir nuevas empresas. Dentro de este postulado de Porter se analizan las barreras de entrada que son conocidas como “obstáculos que dificultan el ingreso de las empresas a un negocio” (HITT, BLACK y PORTER, 2006)

Se ha realizado un análisis para determinar la amenaza de nuevos competidores para la empresa Veltek Cia.Ltda, en donde se pudo identificar una ponderación de 0.40, lo que representa un factor alto. Sin duda una de las principales amenazas que la empresa ha tenido y tendrá en el futuro es la apertura de nuevas empresas con su mismo giro de negocio. El crecimiento de la industria en los últimos años ha sido muy amplia, en la actualidad y debido a leyes

gubernamentales todas las empresas en algún momento requieren servicios de ingeniería, lo que representa una oportunidad de negocio para nuevos competidores. En la tabla presentada a continuación se puede observar la amenaza que implica la entrada de nuevos competidores a la industria.

Tabla 6 Amenaza de nuevos entrantes

Análisis Amenaza Nuevos Entrantes			
Factores de análisis	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Diferenciación del producto	10%	2	0,050
Economías de escala	5%	2	0,025
Valor de marca	10%	2	0,050
Requerimiento de capital	15%	4	0,038
Ventaja absoluta en costos	10%	3	0,033
Ventaja en la curva de aprendizaje	15%	4	0,038
Represalias	10%	1	0,100
Canales de distribución	5%	3	0,017
Avance tecnológico	20%	4	0,050
Total ponderación	100%	25,00	0,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por Andrea Muñoz M.

2. Rivalidad entre competidores existentes

La rivalidad entre competidores dentro de una misma industria hace referencia por lo general a la fuerza más poderosa de todas. Identificar la intensidad de cada uno de los competidores en un determinado sector industrial como lo menciona Michael Porter, depende de ciertos indicadores como la competitividad que está determinada por la capacidad de mantenerse en el mercado, costos fijos sectoriales cuando el costo del producto es demasiado alto para poder competir, entre otros. De esta manera se puede observar en la siguiente tabla un análisis realizado dentro del sector industrial de Servicios de Ingeniería, al cual pertenece Veltek Cia.Ltda.

Tabla 7 Rivalidad entre competidores

Rivalidad entre competidores			
Factores de análisis	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Número de competidores	5%	2	0,025
Tamaño de los competidores	10%	2	0,050
Crecimiento de la industria	10%	4	0,025
Costos fijos altos	10%	2	0,050
Productos similares u homogéneos	10%	4	0,025
Altas barreras de salida	10%	2	0,050
Valor de marca	15%	3	0,050
Poder de compradores	15%	3	0,050
Poder de proveedores	15%	4	0,038
Total ponderación	100%	26,00	0,36

Fuente: Investigación propia

Elaborado por Andrea Muñoz M.

3. Poder de Negociación Vendedores

El factor poder de negociación surge de aumentar precios o disminuir la calidad, según Porter, este factor busca medir el nivel del negociación del proveedor en el sector estratégico.

Tabla 8 Poder de negociación vendedores

Negociación de los Vendedores			
Factores de análisis	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Costos o facilidades para cambio de proveedor	30%	4	0,075
Productos sustitutivos	25%	4	0,063
Costo del producto del proveedor vs el costo del producto final	15%	2	0,075
Amenaza integración vertical con proveedores	15%	2	0,075
Amenaza de integración vertical con competidores	15%	2	0,075
Total ponderación	100%	14,00	0,36

Fuente: Investigación propia

Elaborado por Andrea Muñoz M.

4. Poder de Negociación de los clientes

Los clientes conforman el principal factor dentro de una empresa y dentro de una industria en general, los compradores siempre tienen mayor poder de negociación frente a los vendedores.

En la tabla presentada a continuación se pueden observar los resultados del análisis, obteniendo así un 0,31 que implica una influencia media alta.

Tabla 9 Poder de negociación de los clientes

Poder Negociación de los Clientes			
Factores de análisis	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Posibilidad de negociación	25%	4	0,063
Sensibilidad del comprador al precio	25%	4	0,063
Dependencia de los canales de distribución	20%	3	0,067
Ventaja en diferenciación del producto	20%	3	0,067
Existencia de sustitutos	10%	2	0,050
Total ponderación	100%	16,00	0,31

Fuente: Investigación propia

5. Amenaza de Productos Sustitutos

Hace referencia principalmente al ingreso potencial de compañías que ofrecen, producen o venden productos alternativos a los de la industria. Estos productos alternativos o sustitutos son “alternativas de bienes o servicios que podrán sustituir los bienes y/o servicios existentes” (HITT, BLACK y PORTER, 2006)

Tabla 10 Amenaza de productos sustitutos

Amenaza de Productos Sustitutos			
Factores de análisis	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Precios similares de los productos sustitutos	15%	3	0,050
Propensión a sustituir por parte del comprador	20%	3	0,067
Costo o facilidad de cambio del comprador	30%	4	0,075
Disponibilidad de sustitutos cercanos	25%	4	0,063
Diferenciación del producto percibida	10%	2	0,050
Total ponderación	100%	16,00	0,30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Como se observa en la tabla presentada, después de realizar el análisis del factor amenaza productos sustitutos, se ha obtenido un 0.30, resaltando principalmente la propensión a sustituir fácilmente por parte del comprador de servicios de ingeniería.

- **Intensidad de las fuerzas de mercado para el mercado de Servicios de Ingeniería**

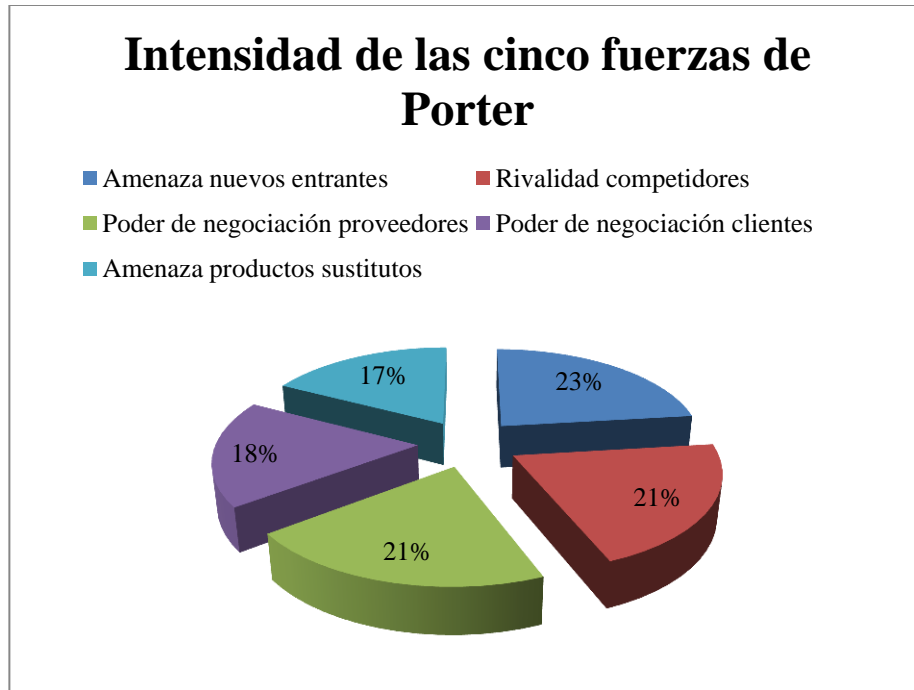
Mediante el análisis de las cinco fuerzas de Porter se pudo evidenciar que el factor de mayor riesgo en el sector de servicios de ingeniería es la amenaza de nuevos entrantes, es decir, en esta industria es muy probable la entrada de nuevas empresas a competir en el mercado, y esto sin duda representa una amenaza para Veltek.

Tabla 11 Intensidad Fuerzas de Porter

Análisis cinco fuerzas de Porter	
Factores de análisis	Peso
Amenaza nuevos entrantes	0,4
Rivalidad competidores	0,36
Poder de negociación proveedores	0,36
Poder de negociación clientes	0,31
Amenaza productos sustitutos	0,3

Fuente: Investigación propia

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 4 Intensidad Fuerzas de Porter

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Andrea Muñoz M.

Estrategias a partir del análisis de las cinco fuerzas de Porter

Después de realizar un análisis de las cinco fuerzas de Porter en el sector de Servicios de Ingeniería, se ha identificado como principal factor o factor de mayor intensidad la amenaza de nuevos entrantes. Esto es debido a que en la actualidad el segmento de Servicios de Ingeniería resulta atractivo para la apertura de nuevas empresa y ante esta realidad resulta necesario fortalecer el posicionamiento de la empresa Veltek Cia.Ltda en el mercado, por lo que se propone:

Estrategia de participación en el mercado

Esta estrategia tiene como principal objetivo elevar el posicionamiento que Veltek Cia.Ltda mantiene en la actualidad dentro del segmento de Servicios de Ingeniería, esta estrategia consiste en:

- A través de una estrategia de desarrollo de mercado, Veltek Cia.Ltda lograría atraer a los líderes de los sectores Alimenticio, Petrolero, Salud, Construcción y Eléctrico a través de visitas personales para dar a conocer el producto en empresas, boletines mensuales, y referencias, es decir, dirigirse a aquellas zonas a las que aún no se ha llegado como es el caso de grandes empresas, clientes potenciales en distintos sectores: los mejores hospitales del país, constructoras más reconocidas y grandes fábricas.

Estrategia de diferenciación

El objetivo principal de esta estrategia es lograr una ventaja competitiva frente a las demás empresas en el segmento de Servicios de Ingeniería brindando siempre satisfacción al cliente.

- Establecer alianzas corporativas con importantes empresas de equipos de sistemas contra incendios e imponerse como principal representante de la marca en Ecuador.

- Implementar el servicio de seguimiento post-venta para así generar un valor agregado y preferencia del cliente.

Análisis de Perfil Competitivo:

Uno de los principales retos de todo inversionista o empresario es conocer a los competidores que se encuentran dentro del segmento, es importante realizar un análisis comparativo de la empresa con la competencia.

Tabla 12 Matriz perfil competitivo Veltek Cia.Ltda

Factores críticos para el éxito	Peso	VELTEK		Competidor 1 DANIELCOM		Competidor 2 BE TATRONIC		Competidor 3 AVS INGENIERIA	
		Calificación	Calif. Ponderada	Calificación	Calif. Ponderada	Calificación	Calif. Ponderada	Calificación	Calif. Ponderada
Participación en el mercado	0,1	1	0,1	2	0,2	1	0,1	2	0,2
Competitividad de precios	0,2	8	1,6	7	1,4	7	1,4	6	1,2
Posición financiera	0,15	4	0,6	7	1,05	5	0,75	5	0,75
Calidad del producto	0,3	9	2,7	8	2,4	7	2,1	8	2,4
Lealtad del cliente	0,15	8	1,2	7	1,05	6	0,9	8	1,2
Cualificación del personal	0,1	7	0,7	8	0,8	8	0,8	8	0,8
TOTAL	1	37	6,9	39	6,9	34	6,05	37	6,55

Fuente: Investigación propia

Como se puede observar en la tabla presentada anteriormente, Veltek es la empresa líder en calidad del producto, así como también ofrece precios competitivos frente a las empresas analizadas. La empresa con mayor posicionamiento en el mercado según el análisis realizado es Danielcom, con una calificación de 39 puntos debido a su posición financiera y por la cualificación de su personal para brindar servicios de ingeniería.

Luego de realizar el análisis comparativo de Veltek Cia.Lta con sus tres principales competidores es importante considerar que la empresa analizada para la presente investigación posee una participación de mercado media, debido a la cantidad de competidores que existen en la industria y a su capacidad financiera.

Estrategias a partir del Análisis de Perfil Competitivo

Una vez realizado este análisis, se proponen las siguientes estrategias como plan de acción para Veltek Cia.Ltda.

- **Participación en el mercado**

Implementar un nuevo vendedor encargado de visitar clientes potenciales, para de esta manera Veltek acapare mayor participación del mercado.

- **Cualificación del personal**

Ofrecer talleres de capacitación para los ingenieros de obra, así como motivación para su preparación profesional.

1.2 Análisis del Ambiente Interno

Luego de realizar un análisis del macro y micro ambiente se ha podido determinar distintas amenazas y debilidades a las que Veltek Cia.Ltda se encuentra expuesta. El análisis del ambiente interno se centra básicamente en el estudio de factores que inciden directamente en el desempeño de la empresa, para identificar dichos factores es necesaria la utilización de una matriz denominada MFI, en la cual se presentan distintas fortalezas y debilidades ponderadas con el fin de generar un plan de acción para la empresa analizada.

Análisis de Clientes

El conocimiento exacto y completo de los Factores Cualitativos y Cuantitativos que caracterizan el comportamiento de nuestros Clientes es uno de los elementos esenciales de la Investigación de Marketing o Análisis de Mercados. (David Pérez, 2006)

Históricamente Veltek Cia.Ltda ha logrado captar en su cartera de clientes a importantes empresas medianas y grandes de Ecuador, realizando Proyectos, Servicios y Venta de Equipos. Para un conocimiento más profundo de los clientes de la empresa en estudio se realizó el conocido Análisis de Pareto, que nos ayuda a determinar aspectos primordiales que se deben tomar en cuenta.

Análisis de Pareto

“El diagrama de Pareto es una representación gráfica de los datos obtenidos sobre un problema, que ayuda a identificar cuáles son los aspectos prioritarios que hay que tratar.” (Roldán)

El 20% de los datos analizados producen la mayoría de efectos, el 80%. Es ese pequeño porcentaje precisamente el que debe ser identificado para actuar prioritariamente sobre él.

Se realizó el análisis de Pareto de clientes Veltek de los años 2012 y 2013, considerando las cifras monetarias registradas en Ventas a cada una de las empresas que forman parte de la cartera de clientes de la empresa en estudio considerando las tres líneas de productos que posee.

Análisis Pareto Clientes

Se ha realizado un análisis de Pareto de las Ventas de los años 2012 y 2013, donde se detalla la facturación de ventas por cliente como se presenta a continuación.

Tabla 13 Pareto Clientes Equipos 2012

DIAGRAMA PARETO CLIENTES EQUIPOS 2012				
EQUIPO	VENTAS 2012	% ACUM		80-20
JORGE MONTERO ABARCA	73.587,45	17,83%	73.587,45	80%
ING.JUAN CARLOS MARTINEZ	36.645,08	27,23%	112.413,93	80%
LUIS ALFREDO CADENA	24.763,78	33,23%	137.177,71	80%
TUBERIA GALVANIZADA ECUATORIANA	23.037,30	39,72%	163.966,81	80%
EDIMPRESS	17.831,03	48,36%	199.628,88	80%
ENCHAPES DECORATIVOS S.A.	11.888,80	51,24%	211.517,68	80%
GRAIMAN	8.825,60	53,37%	220.343,28	80%
FAMILIA SANCELA	7.380,35	58,04%	239.612,43	80%
QBE SEGUROS COLONIAL	6.227,20	61,34%	253.219,98	80%
MODERNA ALIMENTOS S.A	4.115,13	62,33%	257.335,11	80%
LAFARGE CEMENTOS S.A.	3.927,62	63,29%	261.262,73	80%
DIRECTPROJECT S.A.	3.751,80	73,07%	301.659,61	80%
EDITORES M.M.A. Y ASO	3.531,31	73,93%	305.190,92	80%
CARLOS BUENAÑO	2.361,15	92,32%	381.139,52	80%
ASSISTECH CIA.LTDA.	2.181,40	92,85%	383.320,92	80%
GRACIELA ENITH MORALES	1.654,85	99,25%	409.739,56	80%
ELSYSTEC S.A.	1.618,13	99,64%	411.357,69	80%
USIÑA GERMAN	546,58	99,78%	411.904,27	80%
RHR CIA.LTDA.	388,79	99,87%	412.293,06	80%
PAPELERA NACIONAL S.A.	280,00	99,94%	412.573,06	80%
JHON BORJA	256,48	100,00%	412.829,54	80%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por Andrea Muñoz M.

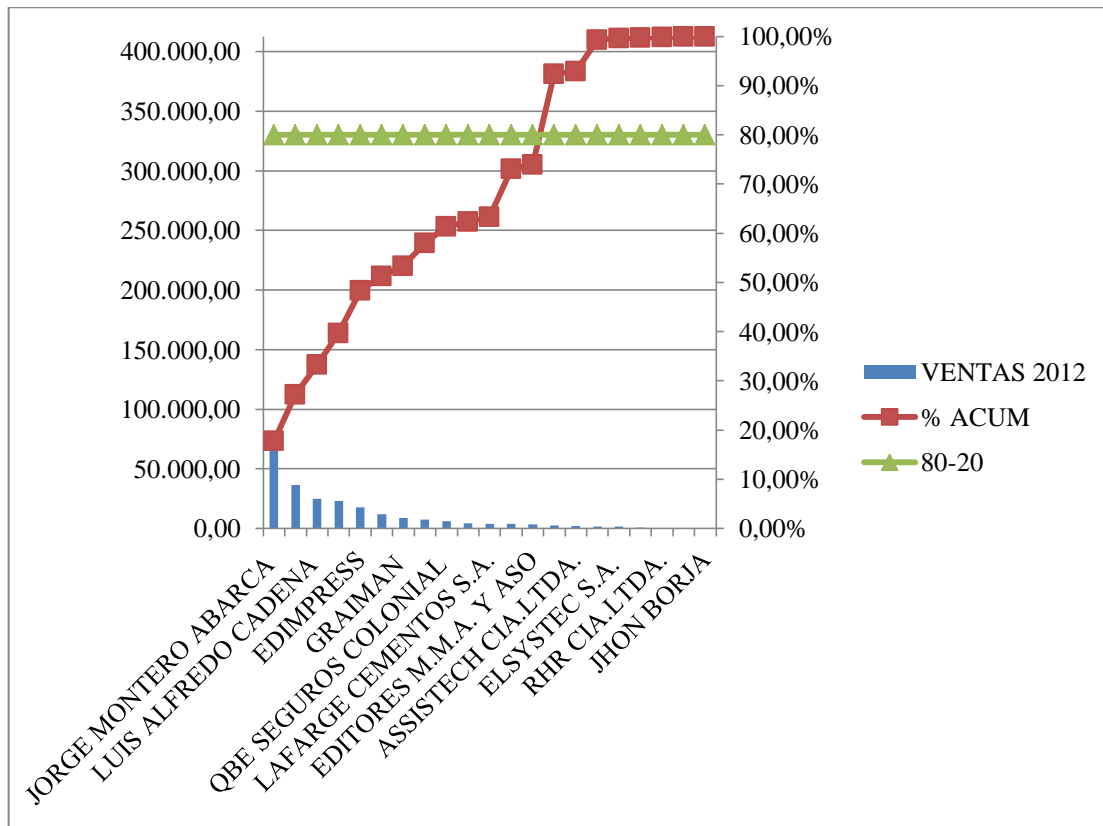
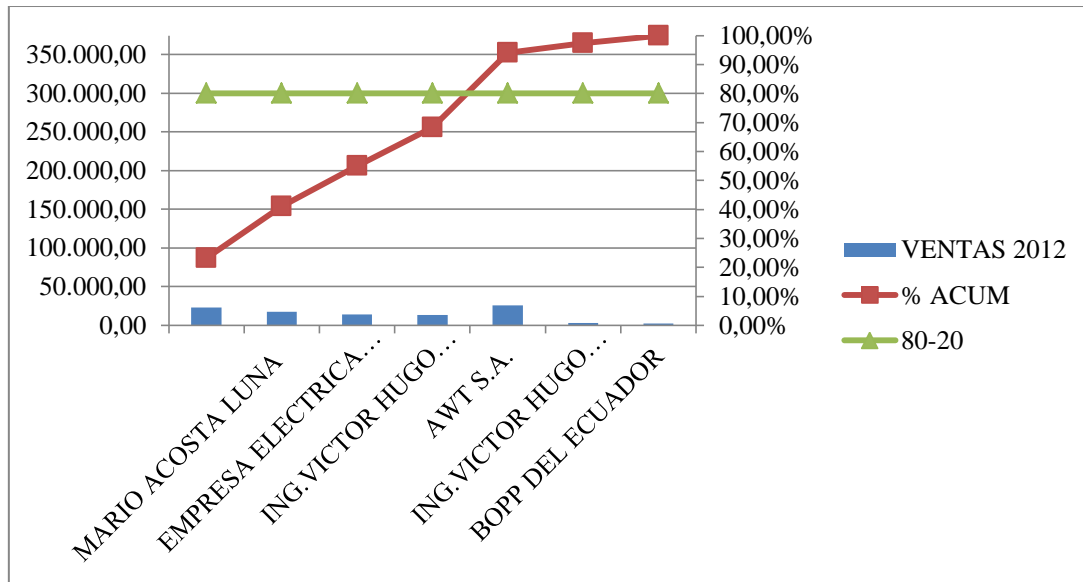
Gráfico 5 Análisis Pareto Clientes Equipos 2012**Fuente:** Veltek Cia.Ltda**Elaborado por** Andrea Muñoz M.**Tabla 14 Pareto Proyectos Eléctricos 2012**

DIAGRAMA PARETO CLIENTES PROYECTOS ELÉCTRICOS 2012				
PROYECTO	VENTAS 2012	% ACUM		80-20
ING.JUAN CARLOS MARTINEZ	23.032,50	23,12%	23.032,50	80%
MARIO ACOSTA LUNA	17.827,35	41,01%	40.859,85	80%
EMPRESA ELECTRICA QUITO	13.908,30	54,96%	54.768,15	80%
ING.VICTOR HUGO COLOMA	13.209,40	68,22%	67.977,56	80%
AWT S.A.	25.687,55	94,00%	93.665,11	80%
ING.VICTOR HUGO COLOMA	3.314,05	97,33%	96.979,15	80%
BOPP DEL ECUADOR	2.663,52	100,00%	99.642,67	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda**Elaborado por** Andrea Muñoz M.

Gráfico 6 Análisis Pareto Clientes Proyectos Eléctricos 2012

Fuente: Veltek Cia.Ltda

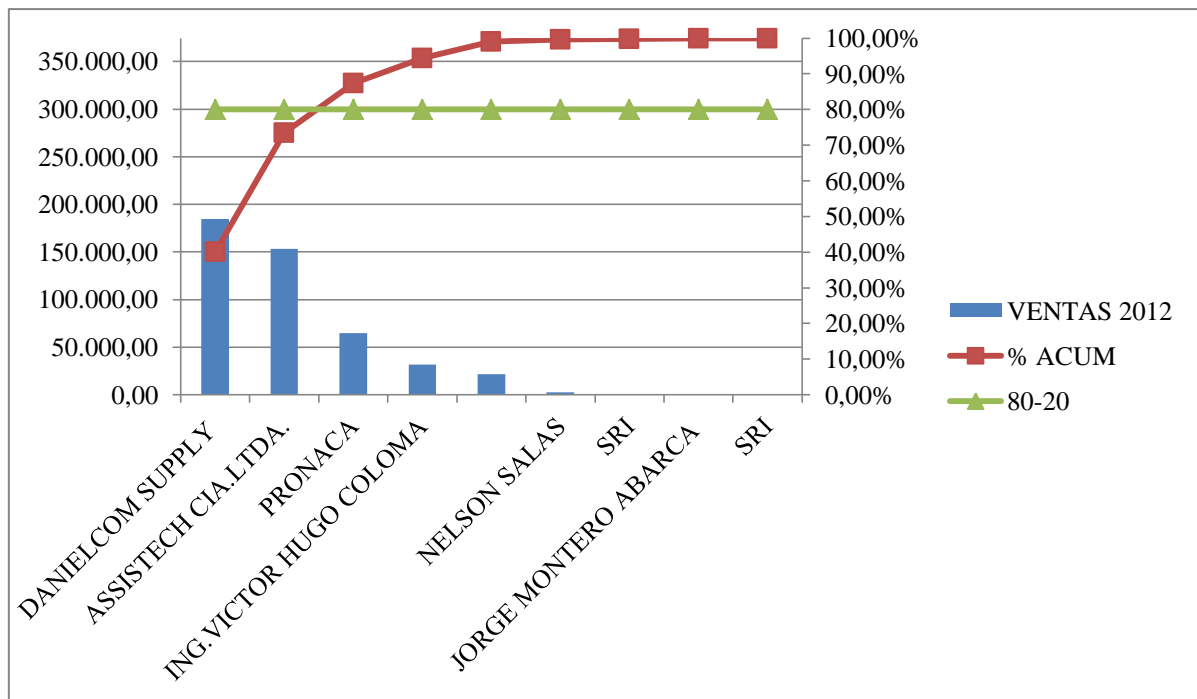
Elaborado por Andrea Muñoz M.

Tabla 15 Diagrama Pareto Clientes Proyectos Mecánicos 2012

DIAGRAMA PARETO CLIENTES PROYECTOS MECÁNICOS 2012				
PROYECTO	VENTAS 2012	% ACUM		80-20
DANIELCOM SUPPLY	184.398,65	40,05%	184.398,65	80%
ASSISTECH CIA.LTDA.	153.534,18	73,40%	337.932,83	80%
PRONACA	64.590,66	87,43%	402.523,50	80%
ING. VICTOR HUGO COLOMA	31.777,29	94,33%	434.300,79	80%
CONSORCIO ING. PATRICIO RODAS	21.915,91	99,09%	456.216,69	80%
NELSON SALAS	2.775,45	99,70%	458.992,14	80%
SRI	548,64	99,82%	459.540,78	80%
JORGE MONTERO ABARCA	521,70	99,93%	460.062,48	80%
SRI	325,11	100,00%	460.387,59	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 7 Análisis Pareto Clientes Proyectos Mecánicos 2012

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

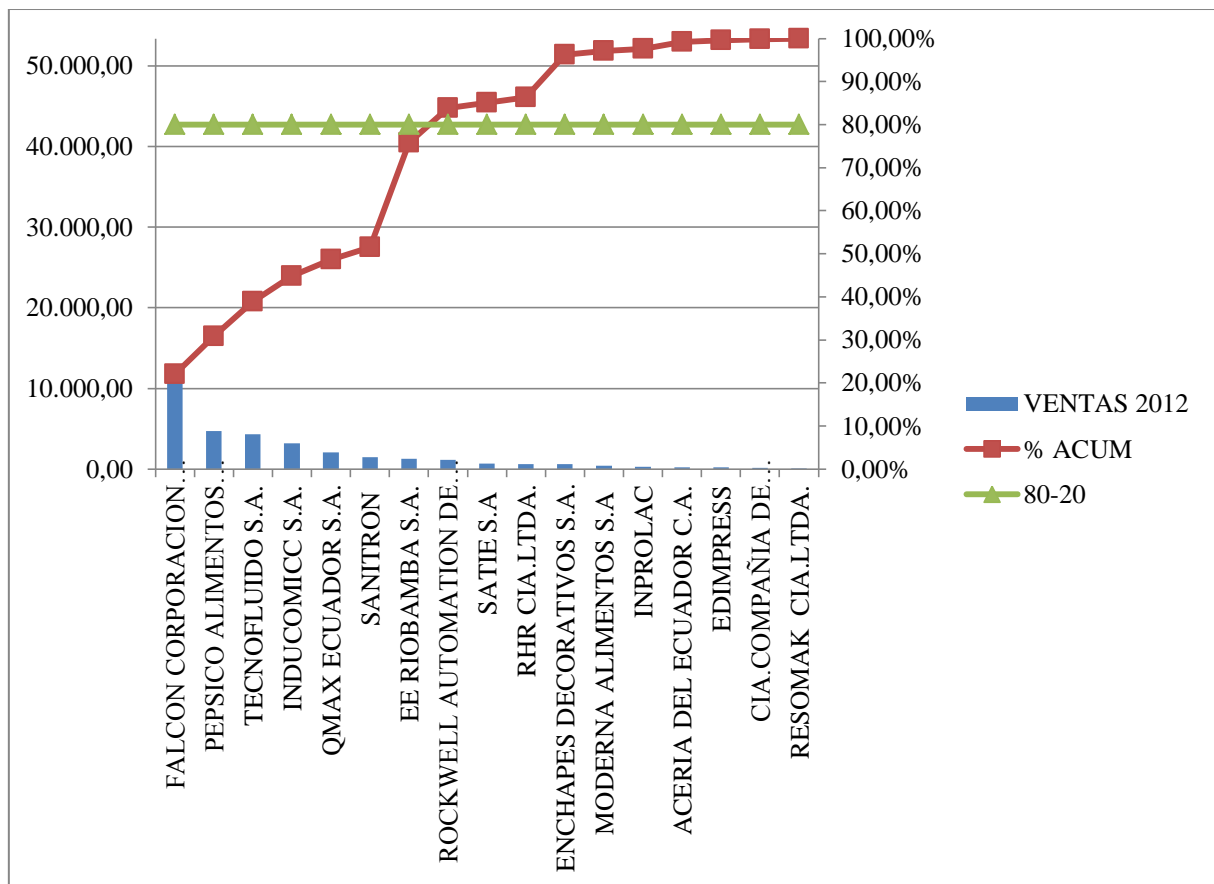
Tabla 16 Diagrama Pareto Clientes Servicios 2012

DIAGRAMA PARETO CLIENTES SERVICIOS 2012				
SERVICIO	VENTAS 2012	% ACUM		80-20
FALCON CORPORACION INDUSTRIAL S.A.	11.726,00	21,97%	11.726,00	80%
PEPSICO ALIMENTOS ECUADOR CIA.LTDA.	4.726,81	30,82%	16.452,81	80%
TECNOFLUIDO S.A.	4.301,00	38,88%	20.753,81	80%
INDUCOMICC S.A.	3.168,00	44,82%	23.921,81	80%
QMAX ECUADOR S.A.	2.060,80	48,68%	25.982,61	80%
SANITRON	1.485,00	51,46%	27.467,61	80%
EE RIOBAMBA S.A.	1.257,93	75,79%	40.451,54	80%
ROCKWELL AUTOMATION DE PERU	1.120,00	83,82%	44.739,54	80%
SATIE S.A	672,00	85,08%	45.411,54	80%
RHR CIA.LTDA.	647,17	86,29%	46.058,71	80%
ENCHAPES DECORATIVOS S.A.	588,00	96,25%	51.373,52	80%
MODERNA ALIMENTOS S.A	429,60	97,05%	51.803,12	80%
INPROLAC	266,00	97,55%	52.069,12	80%
ACERIA DEL ECUADOR C.A.	203,20	99,15%	52.919,50	80%
EDIMPRESS	203,20	99,53%	53.122,70	80%
CIA.COMPAÑIA DE TRANSPORTES TYDCO	165,00	99,84%	53.287,70	80%
RESOMAK CIA.LTDA.	88,00	100,00%	53.375,70	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 8 Análisis Diagrama de Pareto Clientes Servicios 2012



Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

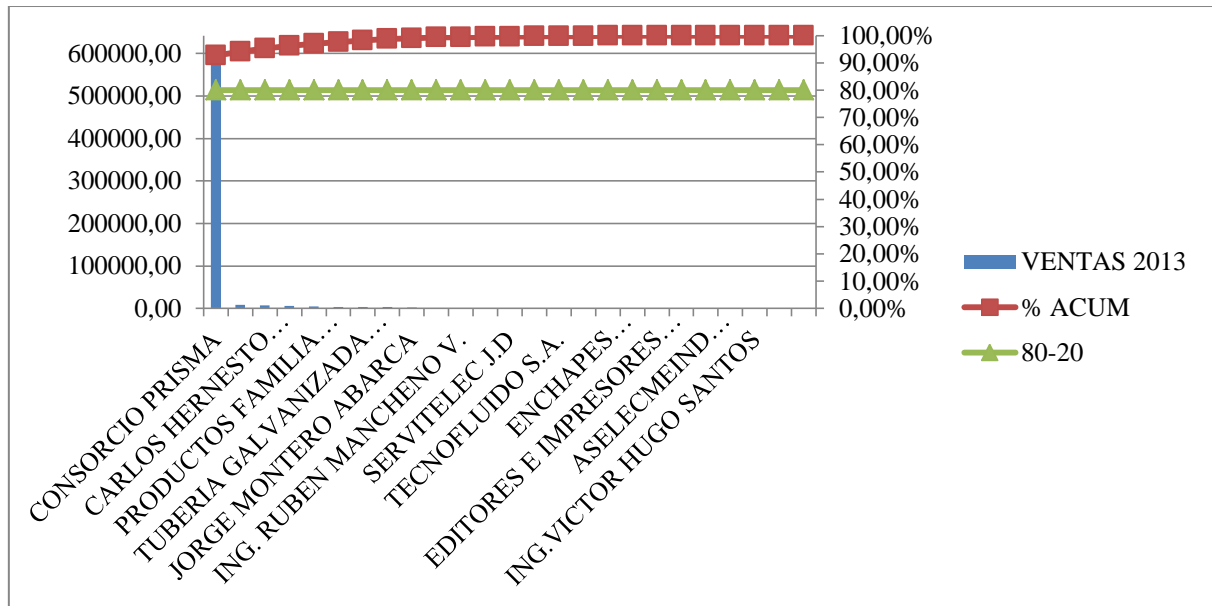
Tabla 17 Pareto Clientes Equipos 2013

DIAGRAMA PARETO CLIENTES EQUIPOS 2013				
EQUIPO	VENTAS 2013	% ACUM		80-20
CONSORCIO PRISMA	572355,47	89%	572355,4716	80%
EPMAPS	10402,59	91%	582758,0616	80%
CARLOS HERNESTO BUENAÑO LLERENA	8939,70	92%	591697,7616	80%
BOPP DEL ECUADOR	7850,94	93%	599548,7016	80%
PRODUCTOS FAMILIA SANCELA DEL ECUADOR S.A.	7125,00	95%	606673,7036	80%
USINA CAILLAGUA GERMAN POLO	6019,56	95%	612693,2672	80%
TUBERIA GALVANIZADA ECUATORIANA S.A.	4074,56	96%	616767,8256	80%
EDITORES M.M.A. Y ASOCIADOS	3875,20	97%	620643,0256	80%
JORGE MONTERO ABARCA	3802,25	97%	624445,2728	80%
TECHNOLOGY ASSISTANCE ASISTECH CIA.LTDA.	3050,69	98%	627495,9672	80%
ING. RUBEN MANCHENO V.	2809,97	98%	630305,9384	80%
SEDEMI	2577,60	99%	632883,5384	80%
SERVITELEC J.D	2421,27	99%	635304,8068	80%
ING. FABIAN VALENCIA	1349,67	99%	636654,474	80%
TECNOFLUIDO S.A.	1329,90	99%	637984,3772	80%
NESTLE ECUADOR S.A	962,30	100%	638946,6772	80%
ENCHAPES DECORATIVOS S.A.	653,05	100%	639599,7252	80%
ECUADORLINE S.A.	537,60	100%	640137,3252	80%
EDITORES E IMPRESORES EDIMPRES S.A.	412,91	100%	640550,2392	80%
AWT S.A.	405,55	100%	640955,7912	80%
ASELECMEIND GUAYAQUIL ECUADOR	313,60	100%	641269,3912	80%
SERVICIOS INTEGRADOS DE INGENIERIA ,SMARTPRO S.A.	164,11	100%	641433,4972	80%
ING.VICTOR HUGO SANTOS	113,88	100%	641547,3792	80%
WILSON COSTALES	87,81	100%	641635,1872	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 9 Análisis de Pareto Clientes Equipos 2013

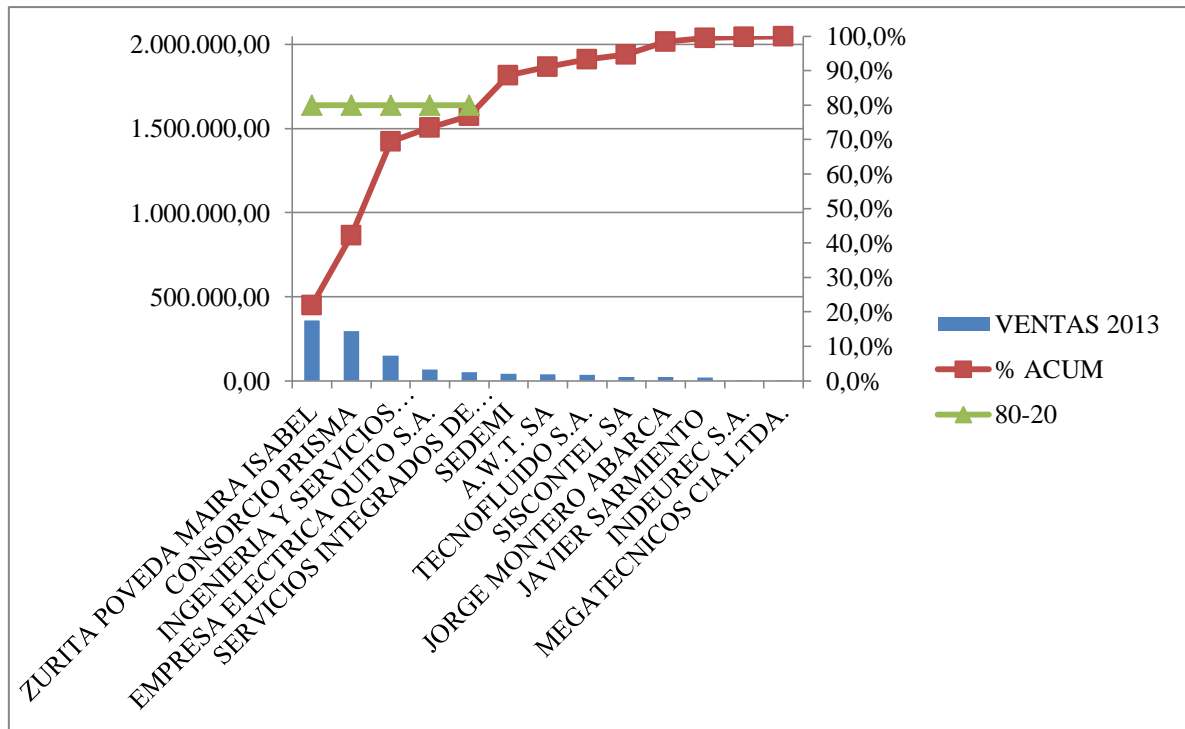


Fuente: Veltek Cia.Ltda
Elaborado por Andrea Muñoz M.

Tabla 18 Pareto Clientes Proyectos Eléctricos 2013

DIAGRAMA PARETO CLIENTES PROYECTOS ELECTRICOS 2013				
PROYECTO	VENTAS 2013	% ACUM		80-20
ZURITA POVEDA MAIRA ISABEL	357.367,17	21,9%	357.367,17	80%
CONSORCIO PRISMA	293.669,82	42,1%	686.645,30	80%
INGENIERIA Y SERVICIOS AMBIENTALES ISA	150.516,14	69,4%	1.130.831,26	80%
EMPRESA ELECTRICA QUITO S.A.	66.169,60	73,5%	1.197.000,86	80%
SERVICIOS INTEGRADOS DE INGENIERIA ,SMARTPRO S.A.	51.543,35	76,9%	1.253.051,35	80%
SEDEMI	40.028,64	88,6%	1.443.596,13	80%
A.W.T. SA	39.729,72	91,0%	1.483.325,85	80%
TECNOFLUIDO S.A.	35.331,44	93,2%	1.518.657,29	80%
SISCONTEL SA	22.678,74	94,6%	1.541.336,03	80%
JORGE MONTERO ABARCA	21.750,40	98,4%	1.603.115,07	80%
JAVIER SARMIENTO	17.850,48	99,5%	1.620.965,55	80%
INDEUREC S.A.	4.507,14	99,7%	1.625.472,69	80%
MEGATECNICOS CIA.LTDA.	4.099,23	100,0%	1.629.571,92	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda
Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 10 Análisis Pareto Clientes Proyectos Eléctricos 2013

Fuente: Veltek Cia.Ltda

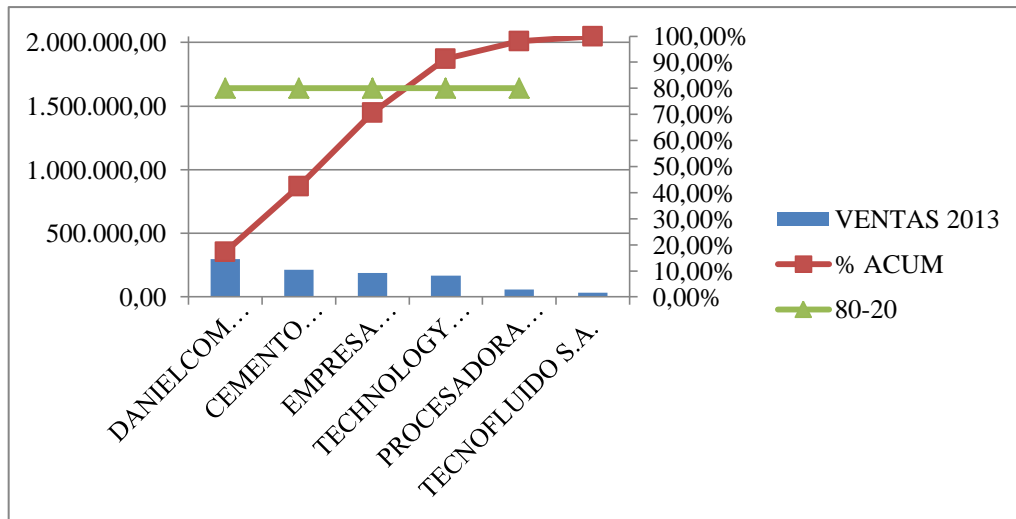
Elaborado por Andrea Muñoz M.

Tabla 19 Pareto Clientes Proyectos Mecánicos 2013

DIAGRAMA PARETO CLIENTES PROYECTOS MECANICOS 2013				
PROYECTO	VENTAS 2013	% ACUM		80-20
DANIELCOM EQUIPMENT SUPPLY S.A	296.847,69	17,31%	296.847,69	80%
CEMENTO CHIMBORAZO	214.827,57	42,36%	726.502,83	80%
EMPRESA ELECTRICA QUITO S.A.	188.077,76	70,64%	1.211.428,28	80%
TECHNOLOGY ASSISTANCE ASSISTECH CIA.LTDA.	166.200,00	91,30%	1.565.706,04	80%
PROCESADORA NACIONAL DE ALIMENTOS	58.650,85	98,14%	1.683.007,74	80%
TECNOFLUIDO S.A.	31.922,50	100,00%	1.714.930,24	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 11 Análisis Pareto Proyectos Mecánicos 2013

Fuente: Veltek Cia.Ltda

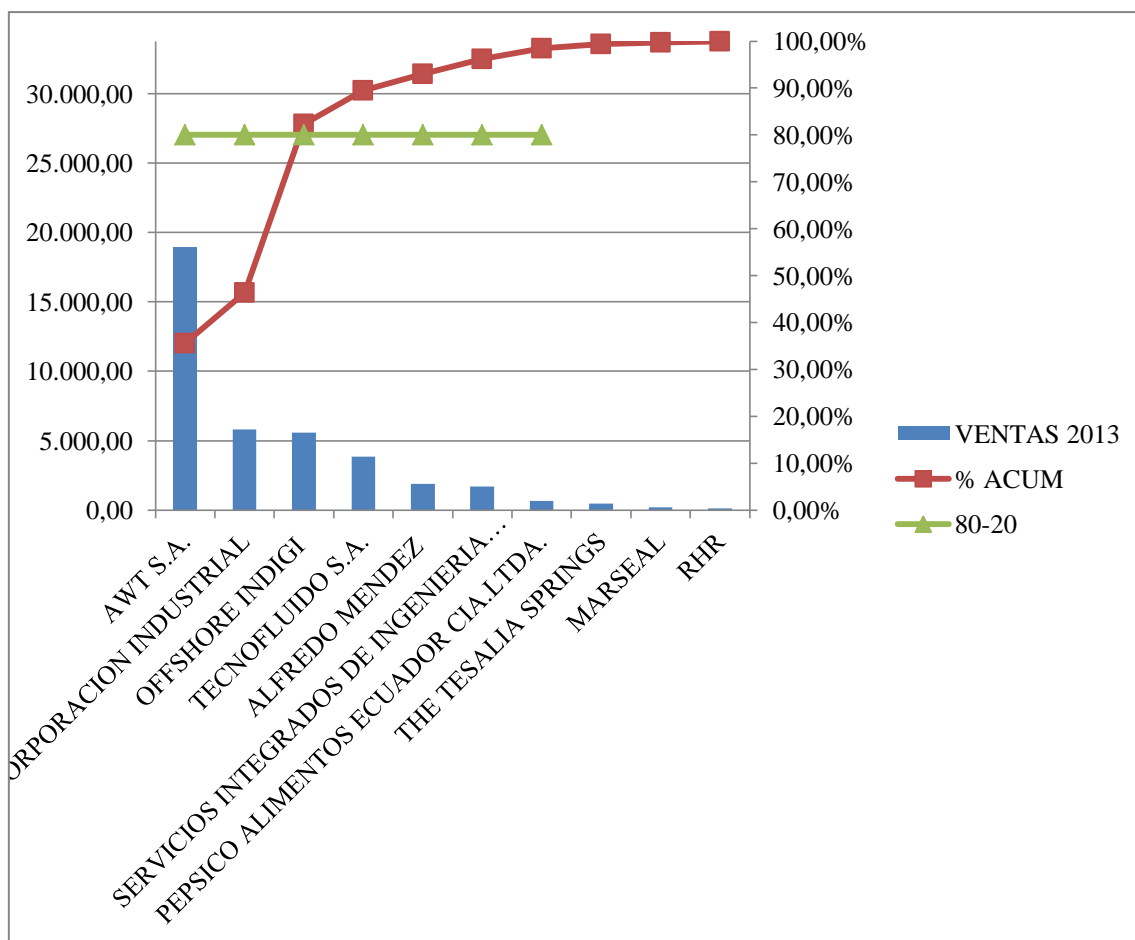
Elaborado por Andrea Muñoz M.

Tabla 20 Pareto Clientes Servicios 2013

DIAGRAMA PARETO CLIENTES SERVICIOS 2013				
SERVICIO	VENTAS 2013	% ACUM		80-20
AWT S.A.	18.969,34	35,51%	18.969,34	80%
FALCON CORPORACION INDUSTRIAL	5.801,60	46,37%	24.770,94	80%
OFFSHORE INDIGI	5.588,00	82,29%	43.955,08	80%
TECNOFLUIDO S.A.	3.850,00	89,50%	47.805,08	80%
ALFREDO MENDEZ	1.878,80	93,01%	49.683,88	80%
SERVICIOS INTEGRADOS DE INGENIERIA				
,SMARTPRO S.A.	1.686,56	96,17%	51.370,44	80%
PEPSICO ALIMENTOS ECUADOR CIA.LTDA.	660,40	98,51%	52.620,84	80%
THE TESALIA SPRINGS	457,20	99,37%	53.078,04	80%
MARSEAL	203,20	99,75%	53.281,24	80%
RHR	134,40	100,00%	53.415,64	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 12 Análisis Pareto Clientes Servicios 2013

Fuente: Veltek Cia.Ltda

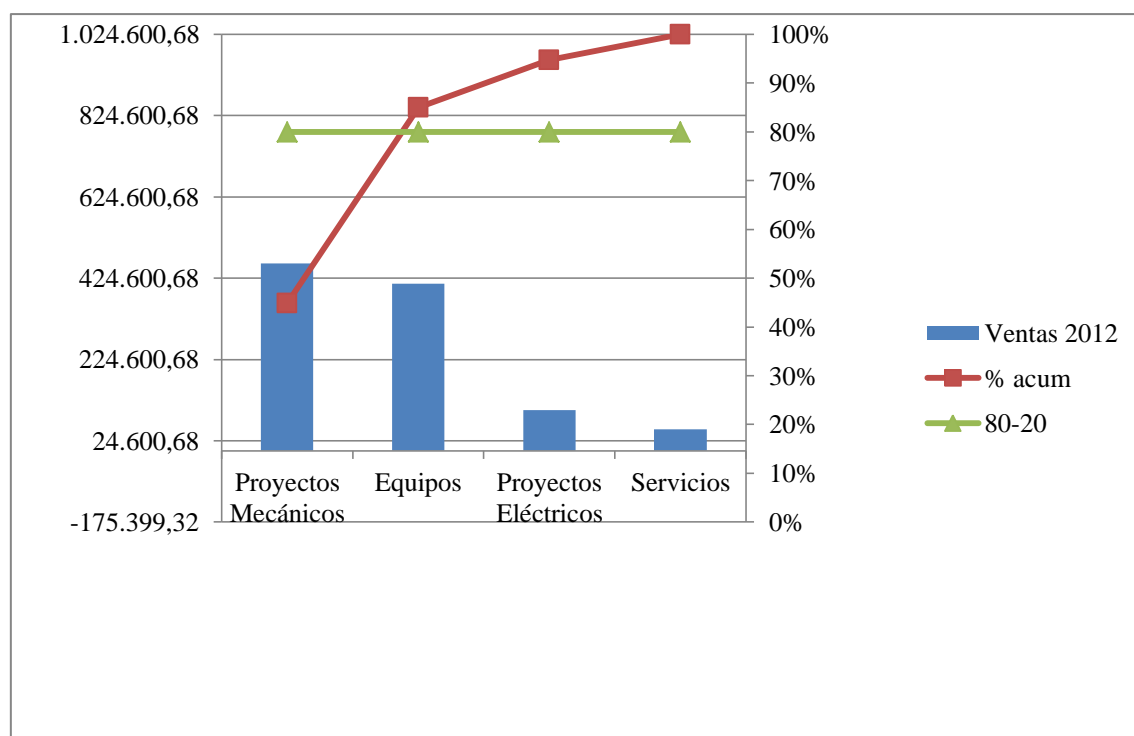
Elaborado por Andrea Muñoz M.

Tabla 21 Pareto Ventas 2012

Análisis Diagrama de Pareto Ventas 2012				
Producto	Ventas 2012	% acum		80-20
Proyectos Mecánicos	460.387,59	45%	460387,592	0,8
Equipos	411194,7196	85%	871582,3116	0,8
Proyectos Eléctricos	99.642,67	95%	971224,986	0,8
Servicios	53.375,70	100%	1024600,684	0,8

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 13 Análisis Pareto Ventas 2012

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

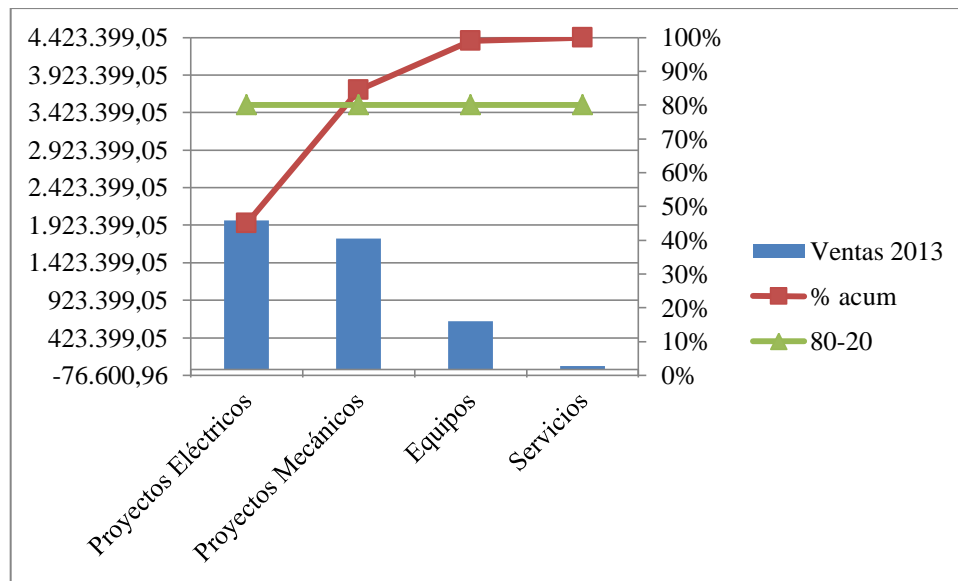
Durante el año 2012, el 20% de productos que generaron el 80% de las ventas fueron Proyectos Mecánicos y Venta de Equipos dando un total de USD 824600,68. La representación de las marcas Gamewell y Control Techniques sin duda ha sido uno de las ventajas que Veltek ha tenido para la venta de equipos de alta calidad en detección y extinción de incendios y automatización.

Tabla 22 Pareto Ventas 2013

Análisis Diagrama de Pareto Ventas 2013				
Producto	Ventas 2013	% acum		80-20
Proyectos Eléctricos	1.986.939,09	45%	1.986.939,1	80%
Proyectos Mecánicos	1.746.852,74	84%	3.733.791,8	80%
Equipos	641635,1872	99%	4.375.427,0	80%
Servicios	47.972,03	100%	4.423.399,0	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 14 Análisis de Pareto Ventas 2013

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

A diferencia del año 2012, durante el año 2013 el 20% de productos que hicieron el 80% de las ventas fueron Proyectos Mecánicos y Proyectos Eléctricos, alcanzando una cifra de ventas de 3.423.399,05. Lo que quiere decir que durante el 2013 la demanda de proyectos eléctricos fue mucho mayor que en el año anterior.

Análisis de Pareto por producto

Se ha realizado un análisis de Pareto de las Ventas por línea de producto de los años 2012 y 2013, donde se detallan proyectos mecánicos y eléctricos, servicios y venta de equipos.

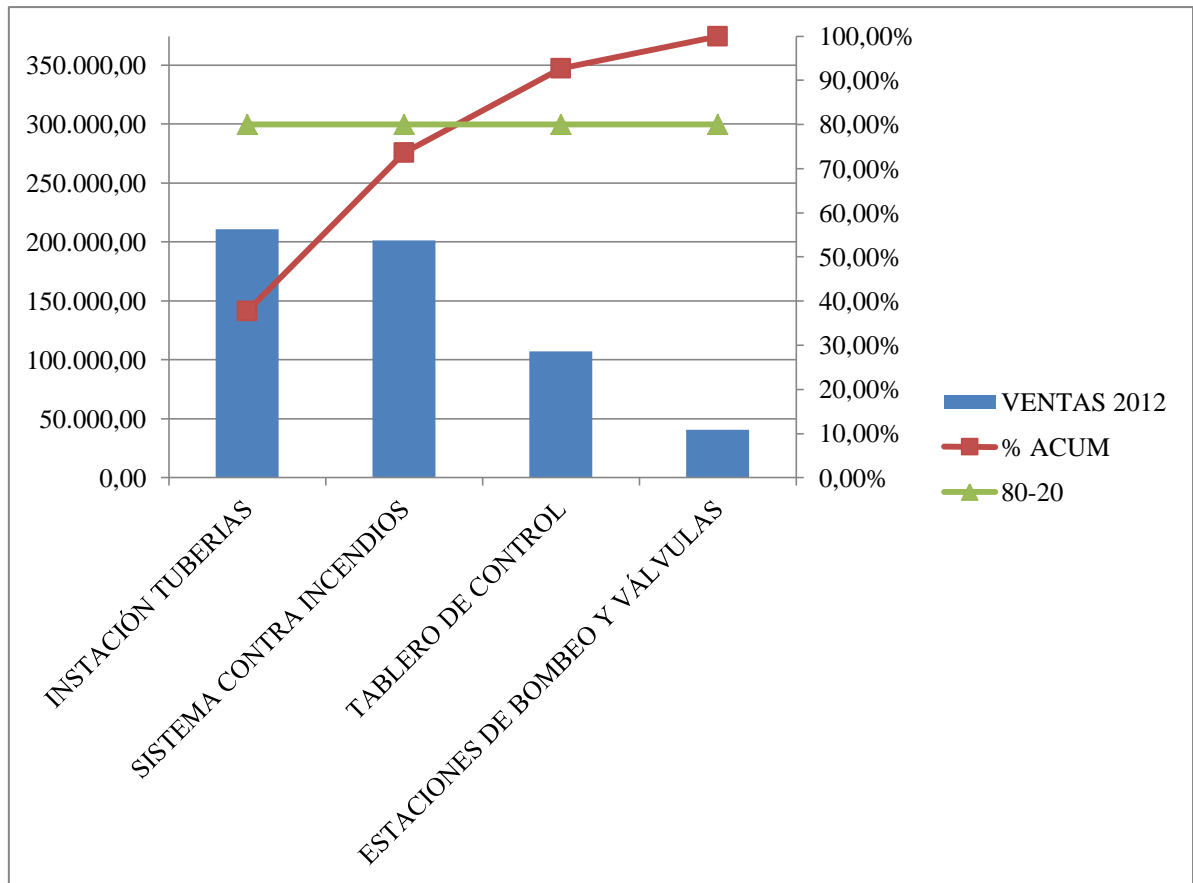
Análisis Proyectos 2012

Tabla 23 Pareto Proyectos 2012

DIAGRAMA PARETO PROYECTOS 2012				
PROYECTO	VENTAS 2012	% ACUM		80-20
INSTACIÓN TUBERIAS	210.987,13	37,67%	210.987,13	80%
SISTEMA CONTRA INCENDIOS	201.037,73	73,57%	412.024,86	80%
TABLERO DE CONTROL	107.191,80	92,71%	519.216,66	80%
ESTACIONES DE BOMBEO Y VÁLVULAS	40.813,60	100,00%	560.030,26	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 15 Análisis Pareto Proyectos 2012

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

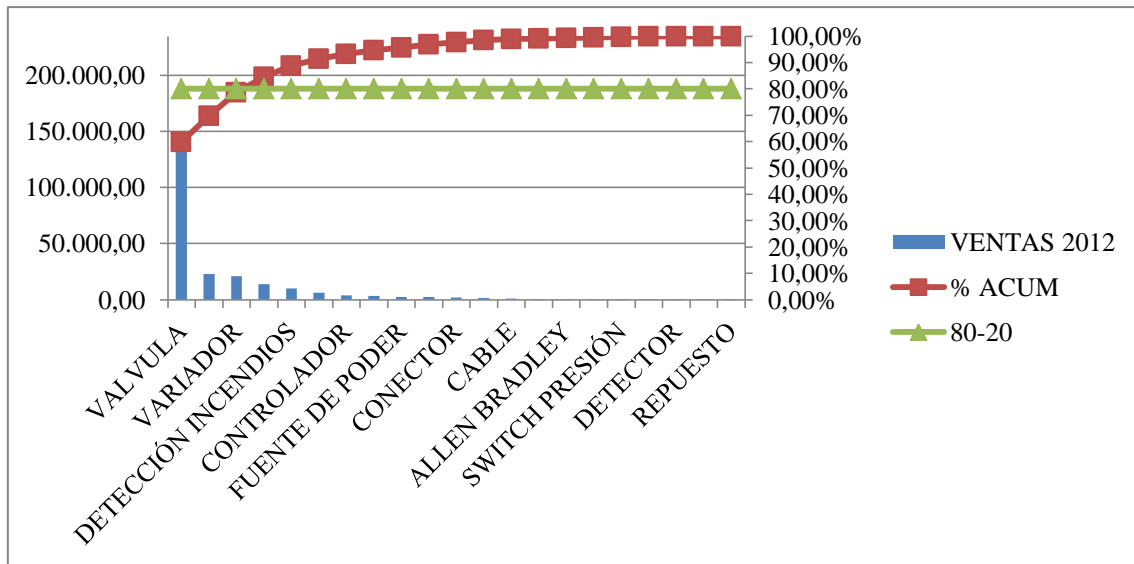
Análisis Equipos 2012

Tabla 24 Pareto Equipos 2012

DIAGRAMA PARETO EQUIPOS 2012				
EQUIPO	VENTAS 2012	% ACUM		80-20
VALVULA	140.542,06	59,86%	140.542,06	80%
EQUIPO	23.037,30	69,67%	163.579,36	80%
VARIADOR	20.872,98	78,56%	184.452,35	80%
MOTORES	14.011,76	84,52%	198.464,11	80%
DETECCIÓN INCENDIOS	9.956,70	88,77%	208.420,81	80%
SOFTWARE	6.227,20	91,42%	214.648,01	80%
CONTROLADOR	4.115,13	93,17%	218.763,14	80%
SERVOMOTOR	3.426,06	94,63%	222.189,20	80%
FUENTE DE PODER	2.606,69	95,74%	224.795,89	80%
TARJETAS	2.459,46	96,79%	227.255,35	80%
CONECTOR	2.022,51	97,65%	229.277,86	80%
MODULE	1.772,10	98,40%	231.049,96	80%
CABLE	995,67	98,83%	232.045,63	80%
BORNERA	659,99	99,11%	232.705,62	80%
ALLEN BRADLEY	601,56	99,36%	233.307,18	80%
BODINE	423,16	99,54%	233.730,34	80%
SWITCH PRESIÓN	388,79	99,71%	234.119,13	80%
MEMORIA	356,58	99,86%	234.475,71	80%
DETECTOR	179,00	99,94%	234.654,70	80%
TUBO	80,17	99,97%	234.734,87	80%
REPUESTO	64,97	100,00%	234.799,84	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 16 Análisis Pareto Equipos 2012

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

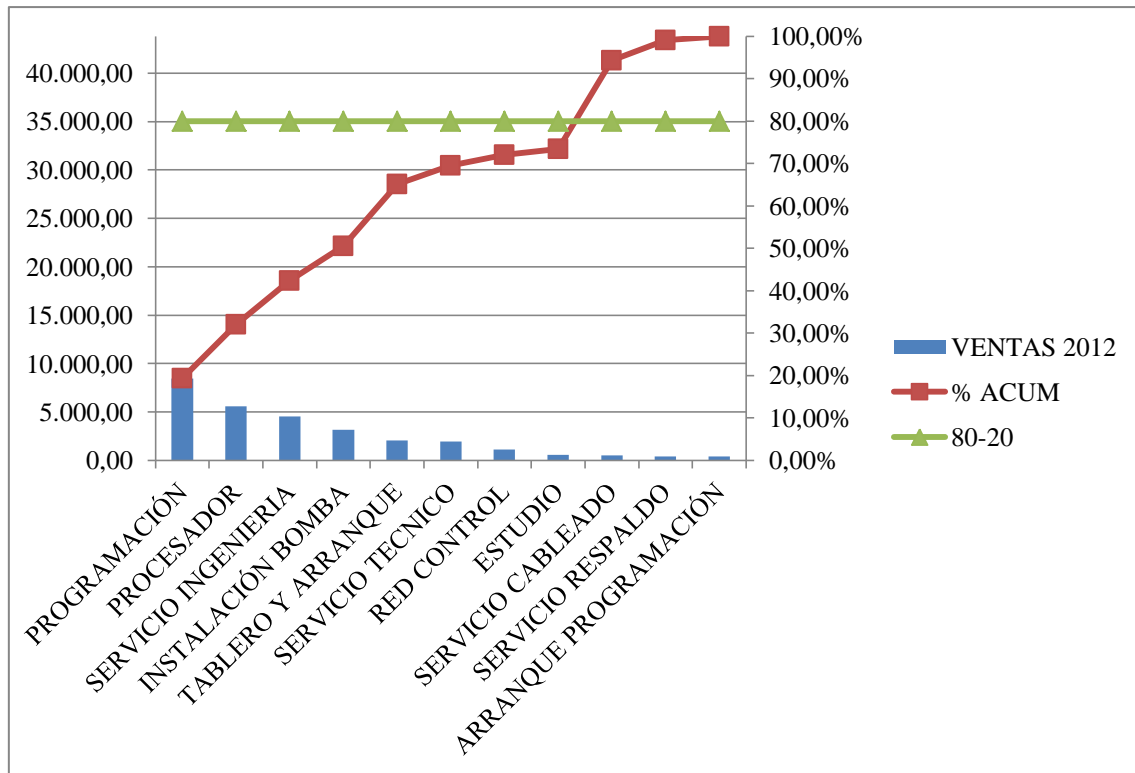
Análisis Servicios 2012

Tabla 25 Pareto Servicios 2012

DIAGRAMA PARETO SERVICIOS 2012				
SERVICIO	VENTAS 2012	% ACUM		80-20
PROGRAMACIÓN	8.470,00	19,33%	8.470,00	80%
PROCESADOR	5.573,26	32,05%	14.043,26	80%
SERVICIO INGENIERIA	4.532,60	42,39%	18.575,86	80%
INSTALACIÓN BOMBA	3.168,00	50,50%	22.128,86	80%
TABLERO Y ARRANQUE	2.060,80	65,05%	28.504,99	80%
SERVICIO TECNICO	1.947,69	69,50%	30.452,68	80%
RED CONTROL	1.120,00	72,05%	31.572,68	80%
ESTUDIO	588,00	73,39%	32.160,68	80%
SERVICIO CABLEADO	538,48	94,24%	41.296,36	80%
SERVICIO RESPALDO	429,60	99,06%	43.407,66	80%
ARRANQUE PROGRAMACIÓN	411,48	100,00%	43.819,14	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 17 Análisis de Pareto Servicios 2012

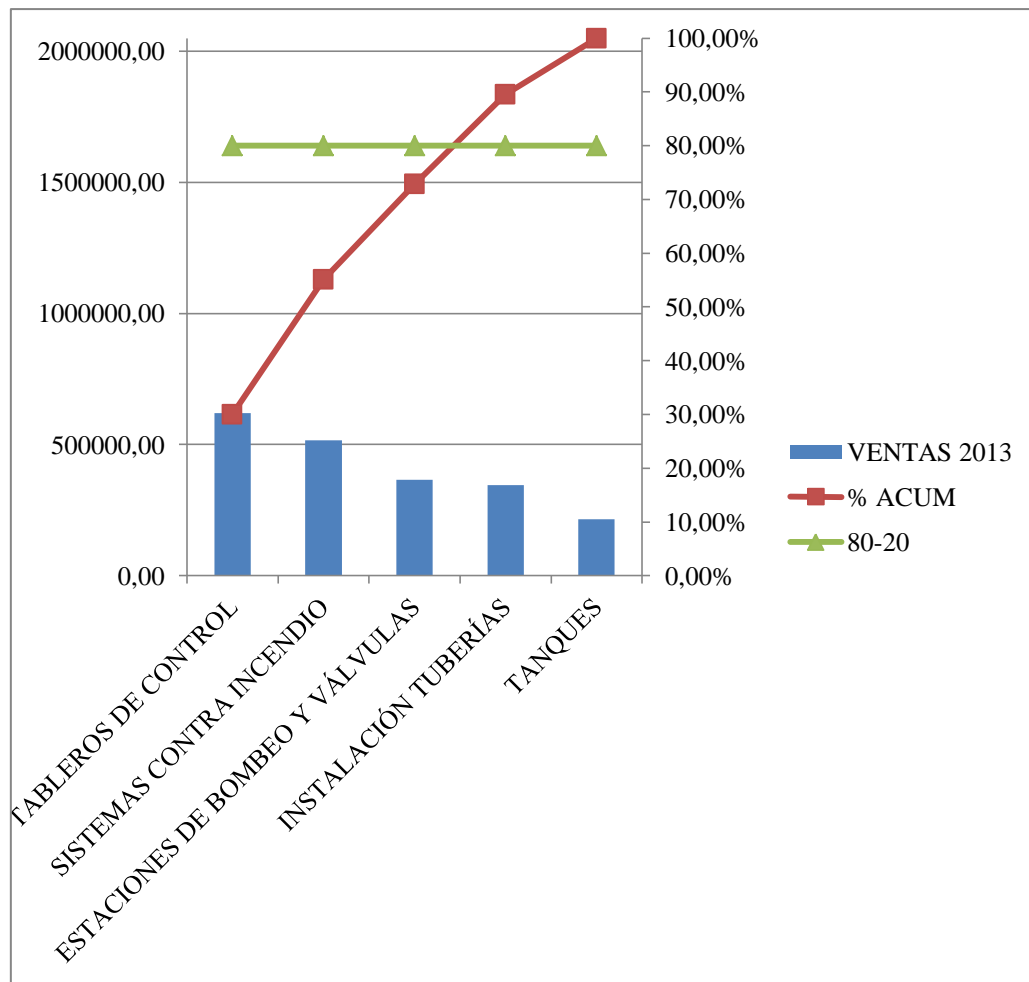
Fuente: Veltek Cia.Ltda
Elaborado por Andrea Muñoz M.

Análisis Proyectos 2013

Tabla 26 Pareto Equipos 2013

DIAGRAMA PARETO EQUIPOS 2013				
PROYECTO	VENTAS 2013	% ACUM		80-20
TABLEROS DE CONTROL	619367,83	30,04%	619367,83	80%
SISTEMAS CONTRA INCENDIO	516433,14	55,09%	1135800,97	80%
ESTACIONES DE BOMBEO Y VÁLVULAS	366522,53	72,87%	1502323,50	80%
INSTALACIÓN TUBERÍAS	344617,18	89,58%	1846940,68	80%
TANQUES	214827,57	100,00%	2061768,25	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda
Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 18 Análisis de Pareto Proyectos 2013

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

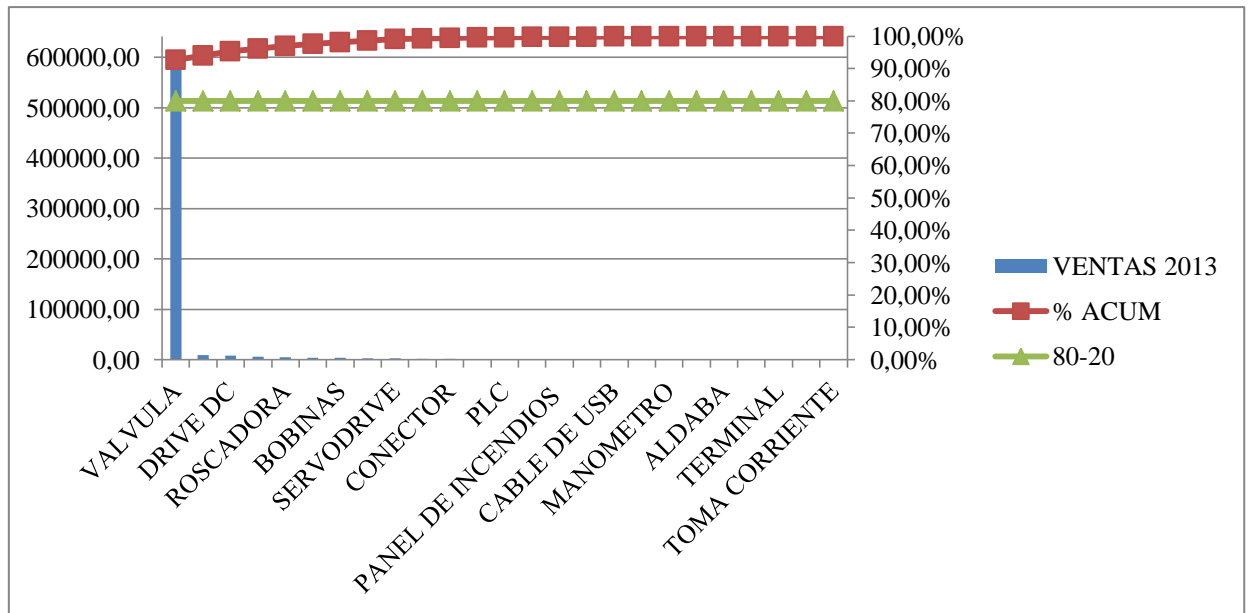
Análisis Equipos 2013

Tabla 27 Pareto Equipos 2013

DIAGRAMA PARETO EQUIPOS 2013				
EQUIPO	VENTAS 2013	% ACUM		80-20
VALVULA	595126,10	92,66%	595126,10	80%
VARIADORES	8939,70	94,05%	604065,80	80%
DRIVE DC	7850,94	95,27%	611916,74	80%
SWITCH DETECCION	5628,29	96,15%	617545,03	80%
ROSCADORA	5232,54	96,96%	622777,57	80%
MOTOR	3941,58	97,58%	626719,15	80%
BOBINAS	3875,20	98,18%	630594,35	80%
BORNERAS	3152,93	98,67%	633747,29	80%
SERVODRIVE	2217,60	99,02%	635964,89	80%
PANEL ESTACION	1329,90	99,22%	637294,79	80%
CONECTOR	1163,00	99,40%	638457,80	80%
REPUESTOS UNIDRIVE SP	664,61	99,51%	639122,40	80%
PLC	537,60	99,59%	639660,00	80%
MODULO CONTRALOGIX	528,41	99,67%	640188,41	80%
PANEL DE INCENDIOS	405,55	99,74%	640593,97	80%
CABLE	331,30	99,79%	640925,26	80%
CABLE DE USB	313,60	99,84%	641238,86	80%
REPARTIDORES	249,75	99,88%	641488,61	80%
MANOMETRO	214,80	99,91%	641703,41	80%
KIT UNIDRIVE	161,10	99,93%	641864,51	80%
ALDABA	118,14	99,95%	641982,65	80%
SENSORES Y BASES	113,88	99,97%	642096,54	80%
TERMINAL	87,81	99,98%	642184,34	80%
EQUIPO ALLEN BRADLEY	75,61	100,00%	642259,95	80%
TOMA CORRIENTE	25,56	100,00%	642285,52	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 19 Análisis Pareto Equipos 2013

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

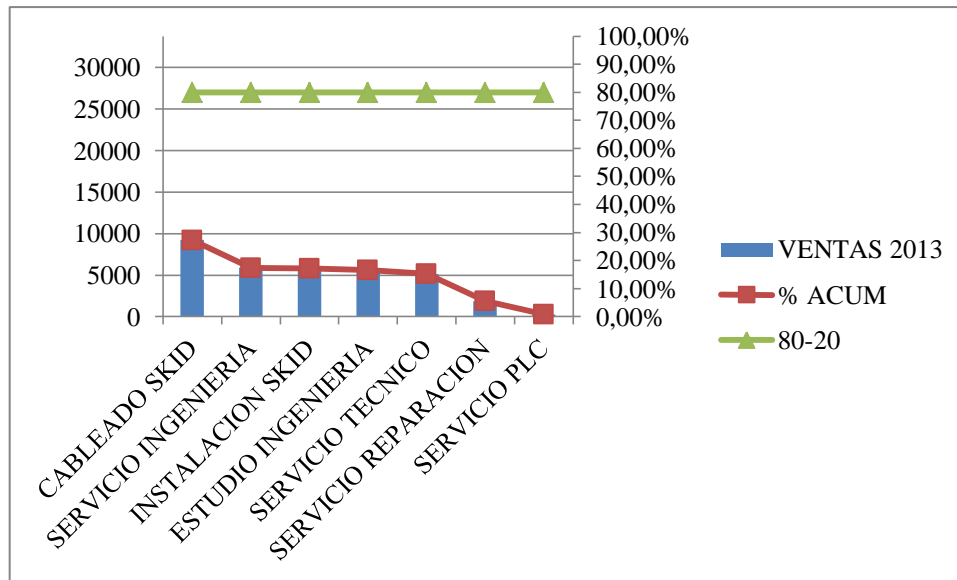
Análisis Servicios 2013

Tabla 28 Pareto Servicios 2013

DIAGRAMA PARETO SERVICIOS 2014				
SERVICIO	VENTAS 2013	% ACUM		80-20
CABLEADO SKID	9234,5232	27,33%	9234,5232	80%
SERVICIO INGENIERIA	5872,56	17,38%	15107,0832	80%
INSTALACION SKID	5801,6	17,17%	20908,6832	80%
ESTUDIO INGENIERIA	5588	16,54%	26496,6832	80%
SERVICIO TECNICO	5156,4108	15,26%	31653,094	80%
SERVICIO REPARACION	1878,8	5,56%	33531,894	80%
SERVICIO PLC	254	0,75%	33785,894	80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Gráfico 20 Análisis Pareto Equipos 2013

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaborado por Andrea Muñoz M.

Análisis de Proveedores

Actualmente, Veltek se ha constituido como distribuidor autorizado de dos importantes marcas como lo son Gamewell, quienes ofrecen equipos de alarma y detección de incendios así como también Rockwell Automation para automatización y control. Adicionalmente, Veltek mantiene convenios con empresas de una manera fija para la obtención del material requerido para cada una de las obras, uno de los principales es Control Techniques con quienes mantienen excelentes relaciones. Los proveedores con los que trabaja la empresa son en su gran mayoría nacionales, sin embargo, también mantienen contacto con proveedores internacionales.

Tabla 29 Proveedores Veltek

NACIONALES	INTERNACIONALES
482	12
98%	2%

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Gráfico 21 Proveedores Veltek

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Análisis Intermediarios

Para cada uno de los trabajos que Veltek realiza, asigna un ingeniero de proyecto que se encuentra ligado a la empresa, sin embargo, los obreros son subcontratados a través de una compañía que se encarga de asignar el número de obreros necesarios que Veltek solicita, esto dependerá del proyecto que se vaya a realizar. Veltek no tiene intermediarios debido a que llega directamente al consumidor final.

Análisis Competencia

Veltek Cia.Ltda pertenece al segmento de mercado Servicios de Ingeniería, y en la actualidad sus competidores directos son tres, los cuales ofrecen los mismos productos y son de similares características. Los productos ofertados son proyectos mecánicos y eléctricos, venta de equipos y servicios de ingeniería como se muestra a continuación:

Tabla 30 Competidores directos

Competidor	Producto		
	Proyectos	Servicios	Equipos
Danielcom	X	X	X
Betatronic	X	X	X
AVS Ingeniería	X	X	X

Fuente: Investigación propia

Elaborado por Andrea Muñoz M

Los competidores directos de Veltek cuentan con presencia en el mercado nacional desde hace varios años atrás, lo que implica que mantienen una imagen establecida con sus clientes por su experiencia principalmente.

Danielcom

Danielcom es una empresa fundada en el año 1995, enfocada en la entrega de proyectos hechos a la medida del cliente desarrollados por un equipo con vasta experiencia en el área, ofrece la siguiente gama de productos.

Sistemas Paquetizados:
• Sistemas de inyección de químicos
• Skids de agua
• Skids de aire
• Skids Manifolds
• Disposal Storage Tank
• Trampas lanzadoras y receptoras
Equipos y accesorios para:
• Aire comprimido
• Tratamiento de aire y gases Industriales
• Bombeo de fluidos
• Dosificación de químicos
• Sistemas de Filtración
• Válvulas y conectores
SERVICIOS:
• Instalación
• Precomisionado
• Comisionado
• Arranque de equipos
• Evaluación técnica
• Mantenimiento preventivo
• Mantenimiento correctivo

Fuente: Danielcom Supply

Elaborado por Andrea Muñoz M

Esta empresa en la actualidad se encuentra aliada con Falcon Electrical Supply, y conjuntamente realizan proyectos Eléctricos y Mecánicos, a la vez que ofrecen la gama de productos presentada anteriormente.

Betatronic

BETATRONIC es una empresa ecuatoriana, ubicada en la ciudad de Guayaquil desde el año 1999. Especialista en proyectos de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, así como en la instalación de sistemas de detección de incendios, cerco eléctrico, control de accesos automáticos con cobro en el parqueo manejando barreras y puertas con cerraduras eléctricas y electromagnéticas.

Betatronic constituye uno de los principales competidores de Veltek debido a que ofrece a sus clientes productos muy similares a los de Veltek Cia.Ltda, empresa analizada en la presente investigación.



AVS Ingeniería

AVS Ingeniería es una empresa especializada en proyectos de Ingeniería Mecánica, especialmente en montajes industriales, sistemas electromecánicos, sistemas de ventilación, alarma y detección, hidráulico sanitarios, control y monitoreo. Sus instalaciones se encuentran situadas en el norte de la ciudad de Quito, donde se concentran los departamentos que componen la empresa: Comercial, Ingeniería, Producción e Instalaciones. A su vez ofrecen servicios de ingeniería y equipos que se acomodan a la necesidad del cliente.

Gráfico 22 Competencia - AVS



Fuente: AVS Ingeniería

Adicionalmente se identificaron competidores de Vetek Cia.Ltda para cada una de las categorías en su gama de productos, como son: proyectos, equipos y servicios. Anteriormente se mencionó la competencia directa de la empresa, haciendo mención a compañías que ofrecen los tres productos mencionados. A continuación se detalla cada competidor de acuerdo al producto:

Competencia Proyectos

Vetek Cia.Ltda se caracteriza por ofrecer a sus clientes Proyectos de Ingeniería Mecánica y Eléctrica con profesionales especializados en dichas áreas. Existen a su vez empresas especializadas únicamente en este tipo de producto en la Industria de Servicios de Ingeniería que se constituyen como competencia de la empresa específicamente en Proyectos Eléctricos y Mecánicos.

Tabla 31 Competencia Proyectos

Competidor	Producto: Proyectos	
	Mecánicos	Eléctricos
Imecanic	X	X
Assistech	X	X
Danielcom	X	X
Betatronic	X	X
AVS Ingeniería	X	X

Fuente: Elaboración propia

En la tabla presentada anteriormente se pueden identificar como competidores de Veltek Cia.Ltda especializados en la categoría de Proyectos a Imecanic y Assistech, adicionalmente se incluyen las empresas mencionadas en un inicio como competidores directos en las tres categorías de proyectos, servicios y equipos a Danielcom, Betatronic y AVS Ingeniería.

Imecanic

IMECANIC CIA. LTDA fue fundada en el año 1978 como una empresa contratista de servicios de Ingeniería Mecánica, implementando soluciones integrales para las múltiples necesidades de la industria de la construcción, de esta manera ha contribuido en el desarrollo del Ecuador, en su avance tecnológico, cultural y económico. (IMECANIC). Esta empresa se especializa en Sistemas de Ventilación, Calefacción y Aire Acondicionado, Sistemas de Protección contra incendios, Sistemas de Detección electrónica de Incendios y Sistemas Hidrosanitarios.

IMECANIC tiene a disposición del público una página web donde se destacan proyectos realizados, especialidades, información de la empresa, contacto con el cliente, y de forma general, mantiene una presentación bastante amigable y de fácil utilización para los clientes.

Gráfico 22 Competencia - Imecanic



Fuente: Imecanic

Imecanic está ubicada en las ciudades de Quito y Guayaquil, de igual manera mantienen en su página web una sección de contacto al cliente, donde se describe un mapa de ubicación de cada una de sus oficinas, y de igual forma a través de un formulario de contacto la empresa se comunica con el cliente.

Assistech

Assistech es una empresa que ofrece proyectos de Ingeniería Mecánica para incrementar la productividad del sector petrolero, industrial, municipal y comercial. Tiene sus oficinas en el norte de la ciudad de Quito, al igual que en Bogotá, Colombia.

Gráfico 23 Competencia - Assistech

INICIO NOSOTROS PRODUCTOS PROYECTOS CONTACTENOS

ASSISTECH

Para mayor información contáctenos a nuestras oficinas o escribanos mediante el formulario de información. Le responderemos inmediatamente gracias por confiar en nosotros

Calle de los Eucaliptos E3-42 y Los Cipreses
Teléfonos: (02) 2807963 / 2807965 / 6003990
e-mail.servicios@assistech.com.ec
Quito - Ecuador

Calle 55 N° 36-34
Teléfonos: (57) -1-4674595 FAX.: (57) -1-4674595 Ext. 106
e-mail.servicios@assistech.com.co
Bogotá - Colombia

Nombre:
Dirección:
País: Ecuador
Teléfono:
E-mail:
Mensaje:

Fuente: Assistech

Se detectó para la presente investigación que la empresa analizada Veltek Cia.Ltda mantiene dos competidores especializados en Proyectos Mecánicos y Eléctricos, los cuales cuentan con presencia en el mercado nacional e internacional por más de diez años. Imecanic y Assistech representan los principales competidores de Veltek Cia.Ltda en la categoría Proyectos.

Competencia Equipos

Veltek Cia.Ltda mantiene equipos y suministros industriales como parte de su portafolio de productos, principalmente bajo la representación de dos marcas importantes de Equipos de Sistemas contra Incendios y Automatización como son Gamewell y Control Techniques. En esta categoría se identificaron los competidores que se presentan a continuación:

Tabla 32 Competencia Equipos

	Producto
Competidor	Equipos
La Llave	X
Maquinarias Henriquez	X
Levo	X
Assistech	X
Danielcom	X
AVS Ingeniería	X

Fuente: Elaboración propia

Adicional a los competidores directos que ofrecen una similar gama de productos a los ofertados por Veltek Cia.Ltda se han identificado competidores en la sección de Equipos y Suministros Industriales como son La Llave, Maquinarias Henriquez y Levo, los cuales cuentan con un gran reconocimiento nacional e internacional, y ofrecen equipos de alta calidad.

La Llave

La Llave es una empresa que forma parte de un grupo regional con más de 50 años de experiencia, presente en 4 países de Sudamérica: Bolivia, Ecuador, Paraguay y Perú. En Ecuador, esta empresa se fundó en el año 1960 como distribuidor autorizado de equipos y suministros industriales. Mantiene sociedad con los fabricantes industriales más reconocidos del mundo como son: ABS, Bobcat, Baldor, Culligan, Chesterton, Dodge,

Erecos, Goulds Pumps, Ingersoll Rand, Milton Roy, OPW, Proto, Rockwell Automation, Spirax Sarco, Wayne, York Shipley, entre otros.

Los productos que esta empresa ofrece son:

Tabla 33 Productos Competencia

Productos LA LLAVE Ecuador
Bombas industriales
Bombas contra incendios
Compresores de aire
Válvulas y actuadores
Calderas de vapor
Trampas y válvulas reguladoras de vapor
Torres de enfriamiento
Automatización, variadores de velocidad y control eléctrico
Empaquetaduras y sellos mecánicos
Tratamiento de superficies
Productos para mantenimiento industrial
Lubricantes industriales
Motores eléctricos
Generadores
Instrumentación y control
Reductores y motoreductores

Fuente: La Llave

Maquinarias Henriques

Maquinarias Henriques es una empresa fundada en la ciudad de Guayaquil en el año 1946, desde entonces se ha constituido como distribuidor de marcas europeas y americanas más prestigiosas a nivel mundial de suministros para industrias y talleres.

Esta empresa cuenta con dos oficinas en la ciudad de Guayaquil y un centro de distribución en la ciudad de Quito. Los productos que Maquinarias Henriques ofrece son los que se detallan a continuación:

Tabla 34 Productos Competencia Maquinarias Henriques

Productos Maquinarias Henriques
Bombas y Sistemas Hidráulicos
Repuestos para calderas
Transmisión de Potencia
Sellado de Fluidos
Máquinas
Herramientas
Automatización y controles electrónicos
Materiales
Válvulas
Bandas

Fuente: Maquinarias Henriques.

Levo

Levo es una empresa establecida en Ecuador desde hace más de 30 años, ofreciendo a sus clientes instalaciones, correcta operación de equipos y sistemas contra incendio. Ofrece marcas líderes en el mercado mundial de bombas y sistemas como son: Aurora Pump, Elkhart Brass, Janus y Viking, además cuenta con tecnología de punta con altos estándares de fabricación para ofrecer calidad y durabilidad.

Competencia Servicios

Veltek Cia.Ltda ofrece a su vez a sus clientes servicio técnico como asesoría con programación y control PLCs, Diseño de Extinción y Detección de Incendios, y también Diseño Mecánico. En esta categoría se identificaron los competidores presentados a continuación:

Tabla 35 Competencia Servicios Ingeniería

Competidor	Producto: Servicios de Ingeniería	
	Programación y Control	Diseño mecánico
Danielcom	X	X
Betatronic	X	X
AVS Ingeniería	X	X

Fuente: Elaboración propia

Los principales competidores de Veltek Cia.Ltda mencionados en un inicio complementan su gama de productos con Servicios de Ingeniería propiamente, por lo que se identificó en esta sección Danielcom, Betatronic y AVS Ingeniería como competidores.

La mayoría de empresas competencia de Veltek se encuentran en la ciudad de Quito y Guayaquil, dos de ellas tienen sucursales a su vez en otros países como Estados Unidos y Colombia. Actualmente Veltek mantiene únicamente una sucursal en la ciudad de Quito.

1.2.1 Matriz de análisis de Factores Externos Veltek Cia.Ltda

Tabla 36 MFE Veltek Cia.Ltda

MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS MFE			
Factores Externos	Peso (0,1-1)	Clasificación	Peso ponderado
OPORTUNIDADES			
Crecimiento de la industria privada, específicamente de empresas petroleras, de alimentos y productoras de cemento.	0,2	4	0,8
Exigencias impuestas por el Cuerpo de Bomberos para otorgar permisos de funcionamiento.	0,2	4	0,8
Creciente inversión del Sector Público en cuanto a Infraestructura.	0,3	3	0,9
Impulso a la matriz productiva por parte del Gobierno de turno.	0,15	4	0,6
Oportunidades de crédito para inversión en Sistema Financiero Nacional.	0,15	3	0,45
PESO PONDERADO OPORTUNIDADES			3,55

AMENAZAS	Peso (0,1-1)	Clasificación	Peso ponderado
Restricciones arancelarias a las importaciones de productos.	0,3	2	0,6
Leyes laborales cambiantes.	0,2	1	0,2
Incumplimiento en pago de clientes del Sector Público.	0,25	2	0,5
Inestabilidad política y social durante el último período de Gobierno.	0,1	1	0,1
Competencia creciente en el ámbito de Servicios de Ingeniería en el D.M de Quito.	0,15	2	0,3
PESO PONDERADO AMENAZAS			1,7
TOTAL PONDERACIÓN			5,25

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Escala de Valoración

Amenaza importante	1
Amenaza menor	2
Oportunidad menor	3
Oportunidad importante	4

Como se presenta en la tabla anteriormente, se ha asignado un peso en escala de 0,1 a 1 a cada una de las oportunidades y amenazas analizadas. Las principales oportunidades que Veltek Cia.Ltda podría tener en el mercado es el constante crecimiento de la industria privada, la inversión en infraestructura realizada por el Gobierno de turno, y las recientes leyes que se han impuesto para permitir el funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos del Ecuador.

Por otro lado, se han identificado algunas amenazas que la empresa podría tener durante su funcionamiento, es así como la principal amenaza identificada ha sido la reciente restricción arancelaria para la importación de productos, esta medida afecta directamente a Veltek debido a que la empresa se ha constituido como principal representante de Control Techniques y algunas reconocidas marcas de equipos de automatización y contra incendios en Ecuador, por lo que se ve obligada a importar productos de Estados Unidos y otros países.

Al realizar una comparación entre la ponderación de 3,55% en oportunidades detectadas frente a un 1,7% detectado en amenazas, se puede determinar que tienen mucha menor incidencia las amenazas y son varias las oportunidades de crecimiento que Veltek Cia.Ltda tiene en el mercado.

1.2.2 Matriz de análisis de Factores Internos Veltek Cia.Ltda

Tabla 37 MFI Veltek.Cia. Ltda

MATRIZ DE ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS MFI

FACTORES DE ANÁLISIS	Peso (0,1-1)	Clasificación	Peso ponderado
FORTALEZAS			
Capacidad Administrativa			
Visión de crecimiento empresarial por parte de los socios inversionistas.	0,2	4	0,8
Capacidad de direccionamiento estratégico por parte del comité ejecutivo.	0,05	4	0,2
Predisposición para aplicar sistemas de gestión administrativa.	0,1	4	0,4
Capacidad del Talento Humano			
Personal capacitado con conocimientos sólidos.	0,15	4	0,6
Clima laboral favorable.	0,15	4	0,6
Capacidad Financiera			
Personal capacitado y confiable en el área financiera de la empresa.	0,1	4	0,4
Visión de reinversión futura.	0,1	4	0,4
Capacidad de Mercadeo			
Precios altamente competitivos.	0,15	4	0,6
TOTAL PONDERACIÓN FORTALEZAS	1	32	4

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Tabla 37 MFI Veltek.Cia. Ltda

DEBILIDADES	Peso (0,1-1)	Clasificación	Peso ponderado
Capacidad Administrativa			
Falta de procedimientos de gestión internos.	0,2	2	0,4
Ausencia de indicadores de gestión.	0,15	1	0,15
Poco cumplimiento de estándares establecidos.	0,1	2	0,2
Capacidad del Talento Humano			
Carecen de un manual de funciones.	0,2	1	0,2
Capacidad Financiera			
Poca capacidad de financiamiento para poner en marcha nuevos proyectos.	0,1	2	0,2
No mantienen un ERP o programa para acceder a la información actualizada.	0,1	2	0,2
Capacidad de Mercadeo			
No poseen un plan de mercadeo anual para la empresa.	0,15	2	0,3
TOTAL PONDERACIÓN FORTALEZAS	1	12	1,65

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Escala de Valoración

Debilidad importante	1
Debilidad menor	2
Fortaleza menor	3
Fortaleza importante	4

Se aplica en este caso la metodología MFI en la cual se analizan factores internos de la empresa analizada, en este caso Veltek, en el mismo se considera la capacidad administrativa, financiera, de talento humano y mercadeo.

1.3 Análisis DAFO o FODA

Después de realizado el estudio de los factores internos y externos que afectan o influyen en el desempeño de la empresa, a través de un análisis FODA se procedió a realizar el cruce de factores de análisis obteniendo así estrategias F-O (fortalezas y oportunidades), D-O (debilidades y oportunidades), F-A (fortalezas y amenazas) y D-A (debilidades y amenazas).

CRUCES FODA. CREACIÓN DE ESTRATEGIAS

FACTORES INTERNOS		FORTALEZAS Y DEBILIDADES							
OPORTUNIDADES Y AMENAZAS									
<div>Crecimiento de la industria privada, específicamente de empresas petroleras, de alimentos, productores de cemento.</div> <div>Exigencias impuestas por el Cuerpo de Bomberos para otorgar permisos de funcionamiento.</div> <div>Creciente inversión del Sector Público en cuanto a infraestructura.</div> <div>Impulso a la matriz productiva por parte del Gobierno de turno.</div> <div>Oportunidades de crédito para inversión en Sistema Financiero Nacional.</div> <div>Restricciones arancelarias a las importaciones de productos.</div> <div>Leyes laborales cambiantes.</div> <div>Incumplimiento en pago de clientes del Sector Público.</div> <div>Inestabilidad política y social durante el último periodo de Gobierno.</div> <div>Competencia creciente en el ámbito de Servicios de Ingeniería en el D.M de Quito.</div>	Visión de crecimiento empresarial por parte de los socios inversionistas.	Capacidad de direccionamiento estratégico por parte del comité ejecutivo.	Predisposición para aplicar sistemas de gestión.	Personal capacitado y confiable en el área financiera de la empresa.	Clima laboral favorable	Personal capacitado y confiable en el área financiera de la empresa.	Visión de reinversión futura.	Precios altamente competitivos.	
	<div>- Implementar un plan de acción para acaparar mayor porcentaje de mercado, dirigiéndose específicamente a clientes potenciales: hospitales, cementeras, fábricas.</div> <div>- Establecer vínculos con las más grandes empresas constructoras del país, para que de acuerdo con disposiciones del Cuerpo de Bomberos contraten a Vellek como su proveedor de Sistemas contra incendios.</div> <div>- Realizar periódicamente reuniones de comité para establecer sistemas de gestión y procedimientos a seguir en la empresa.</div> <div>- Conservar los precios en el valor en el que se encuentran, puesto que esta es una ventaja competitiva frente al resto de empresas.</div>								
	<div>- Elaboración de un manual de procedimientos.</div> <div>- Adquirir un ERP para mantener información disponible y actualizada todo el tiempo.</div> <div>- Elaborar un manual de funciones para determinar el rol de los empleados en la empresa.</div> <div>- Poner en marcha un Plan de Marketing para el año actual.</div> <div>- Reestructurar y replantear estándares de acuerdo a indicadores de gestión para lograr un cumplimiento efectivo de los mismos.</div>								
	<div>- Mantener al día estados financieros para evitar posibles sanciones.</div> <div>- Llevar un control periódico de las actividades desempeñadas por cada colaborador.</div> <div>- Realizar auditorías periódicas para evitar posibles sanciones.</div> <div>- Establecer métodos de control interno</div>								

Fuente: Investigación propia

Estrategias FODA

1. Estrategias FO

- Implementar un plan de acción para acaparar mayor porcentaje de mercado, dirigiéndose específicamente a clientes potenciales: hospitales, petroleras, constructoras, fábricas.
- Establecer vínculos con las más grandes empresas constructoras del país, para que de acuerdo con disposiciones del Cuerpo de Bomberos contraten a Veltek como su proveedor de Sistemas contra Incendios.
- Realizar periódicamente reuniones de comité para establecer sistemas de gestión y procedimientos a seguir en la empresa.
- Conservar los precios en el valor en el que se encuentran, puesto que esta es una ventaja competitiva frente al resto de empresas.

2. Estrategias DO

- Elaboración de un manual de procedimientos.
- Adquirir un ERP para mantener información disponible y actualizada todo el tiempo.
- Elaborar un manual de funciones para determinar el rol de los empleados en la empresa.
- Poner en marcha un Plan de Marketing para el año actual.
- Reestructurar y replantear estándares de acuerdo a indicadores de gestión para lograr un cumplimiento efectivo de los mismos.

3. Estrategias FA

- Mantener al día estados financieros para evitar posibles sanciones.
- Llevar un control periódico de las actividades desempeñadas por cada colaborador.

4. Estrategias DA

- Realizar auditorías periódicas para evitar posibles sanciones.
- Establecer métodos de control interno.

CAPITULO II

LA EMPRESA

2.1 Resumen de la Empresa Veltek Cia. Ltda

Ilustración 1 Veltek Cia. Ltda



Fuente: www.veltek.com.ec

Veltek es una empresa formada en el año 2009 que ofrece soluciones de ingeniería y construcciones electromecánicas integrales de alto valor agregado para diversos sectores productivos tanto públicos como privados, entre los que podemos contar al industrial, petrolero, minero, energético, agua potable y construcción civil.

Conscientes de las necesidades actuales de la industria, Veltek ha integrado a un grupo de profesionales con más de 10 años de experiencia para ofrecer las mejores soluciones

a los retos que combinen las áreas eléctrica, mecánica y de automatización; de esta manera se busca ofrecer a los clientes un servicio global que permita enfocarse en la productividad de su negocio.

Esta empresa se ha enfocado en ofrecer servicios cumpliendo altos estándares de calidad en todas las áreas, siempre mejorando soluciones con productos de última tecnología y construyendo así una base de conocimiento de las experiencias de cada proyecto como medio fundamental para formar un crecimiento sostenible. Adicionalmente Veltek se preocupa mucho por la seguridad industrial y el medio ambiente. (Parra, 2014)

2.2 Direccionamiento estratégico

2.2.1 Misión

“Por misión de una empresa se entiende el conjunto de creencias sobre lo que debe ser su actividad, en lo que respecta a quién será su mercado y qué bienes o servicios se ofrecerán, cuáles serán los valores y creencias con relación a los consumidores, proveedores y distribuidores y en qué se diferenciará de los competidores.” (Esteban, 2012)

Integrar soluciones eléctricas y mecánicas de alto valor agregado que permitan incrementar la competitividad de nuestros clientes, contribuyendo al desarrollo

del país y garantizando el bienestar de nuestros empleados, el cuidado del medio ambiente y la rentabilidad de nuestros accionistas. (Parra, 2014)

2.2.2 Visión

“Se conoce como visión al camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”. (Jack, 2000)

Para el año 2020 VELTEK se habrá consolidado como la empresa más confiable para desarrollar proyectos electromecánicos de gran magnitud, en base a una excelente ejecución de los mismos, la disponibilidad de los equipos adecuados, una respuesta ágil y oportuna a los clientes y el compromiso de su personal, destacándose por su gran aporte al desarrollo de la competitividad de las empresas y al cuidado del medio ambiente. (Parra, 2014)

2.2.3 Filosofía

Trabajamos siempre pensando en que la productividad de nuestros clientes es nuestro principal compromiso, con personal capacitado para hacer las cosas una sola vez de manera correcta y oportuna, que sabe integrarse en equipos multidisciplinarios para lograr el mejor rendimiento en cada uno de los proyectos que ejecutamos. Estamos convencidos de que esta es la única manera

para construir relaciones de confianza mutua con todos nuestros clientes y en general, con todos nuestros asociados.

Trabajamos cumpliendo altos estándares de calidad en todas las áreas, siempre mejoramos nuestras soluciones con productos de última tecnología y vamos construyendo una base de conocimiento de las experiencias de cada proyecto como medio fundamental para lograr un crecimiento sostenible.

Trabajamos bajo normas estrictas de seguridad industrial y nos esforzamos permanentemente para cuidar el medio ambiente. Creemos firmemente que la seguridad de nuestros colaboradores no se puede poner en juego bajo ninguna circunstancia y somos responsables con la sociedad en general. (Parra, 2014)

2.2.4 Valores

CONFIANZA

“Todo lo hacemos pensando en construir relaciones ganar - ganar con todos los asociados de la empresa.” (Parra, 2014)

TRABAJO EN EQUIPO

“Integramos eficientemente a nuestro personal para lograr el mejor rendimiento en cada uno de los proyectos”. (Parra, 2014)

EFFECTIVIDAD

“Hacemos las cosas de manera correcta y oportuna una sola vez.” (Parra, 2014)

COMPROMISO CON EL CLIENTE

“La productividad de nuestros clientes es nuestro compromiso”. (Parra, 2014)

APRENDIZAJE CONTINUO

“Construimos una base de conocimiento y aprendemos de nuestras experiencias como medio fundamental para lograr un crecimiento sostenible”. (Parra, 2014)

INNOVACION

“Siempre mejoramos nuestras soluciones con productos de última tecnología”.

(Parra, 2014)

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

“Nos esforzamos permanentemente para cuidar a nuestro personal y al medio ambiente.” (Parra, 2014)

2.2.5 Marca

Según Lamb, Hair y McDaniel “se define marca como un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y para diferenciarlos de los productos de los competidores.”

El nombre comercial de la empresa es Veltek, se constituye como una compañía limitada cuyo nombre fue decidido por sus tres socios fundadores en el año 2009. El logo de la empresa se ha mantenido desde su fecha de inicio y mantiene a su vez un eslogan que detalla la frase “Integrando soluciones de ingeniería”.



Fuente: www.veltek.com

La imagen institucional está representada por los colores azul y verde que se detallan en la Figura 1. Este logotipo es utilizado en todos los documentos que entregue la empresa, así como también en uniformes, vehículo empresarial y publicidad.

2.3 Gestión Administrativa

Actualmente la empresa cuenta con 16 personas dentro de su nómina. Veltek está encabezado por tres socios encargados de la Gerencia General, Gerencia de Ventas y Marketing, y la Gerencia de Proyectos y Logística.

Según conversaciones con el Gerente General de la empresa (Parra, 2014) se ha determinado que no existe una estructura jerárquica rígida dentro de la compañía, sino que más bien cada uno de los socios cumple funciones de apoyo para todas las áreas existentes.

Tabla 38. Nómina actual VELTEK

Ocupación	Nombre del empleado
Gerente de Logística	Ing. Jorge Carrión
Gerente General	Ing. Fernando Parra
Gerente de Ventas y Marketing	Ing. Vinicio Acosta
Asistente Contable	Sra. Gabriela Gallegos
Asistente Administrativa	Sra. Gabriela Gallegos
Contabilidad	Cpa. Silvia Moreno
Asistente Contable	Ing. Days Briceño
Asistente Legal	Ab. Rocía Chérrez
Asistente de Proyectos	Ab. Silvana Flores
Ing. De Proyectos Mecánico	Ing. Victor Ushiña
Ing. De Proyectos Mecánico	Ing. Jorge Limaico
Ing. De Proyectos Mecánico	Ing. Omar Rodriguez
Ing. De Proyectos Eléctrico	Ing. Christian Zambrano
Ing. De Proyectos Eléctrico	Ing. Diego Guallichico
Supervisor Mecánico	Tglo. Nelson Salas
Supervisor Eléctrico	Tglo. Germán Ushiña

Fuente: Información otorgada por VELTEK

Hasta el momento la empresa ha decidido subcontratar los obreros para cada uno de los proyectos que se realiza, manteniendo solamente en nómina a los Ingenieros y Supervisores como se detalla en la Tabla 1.

Organigrama

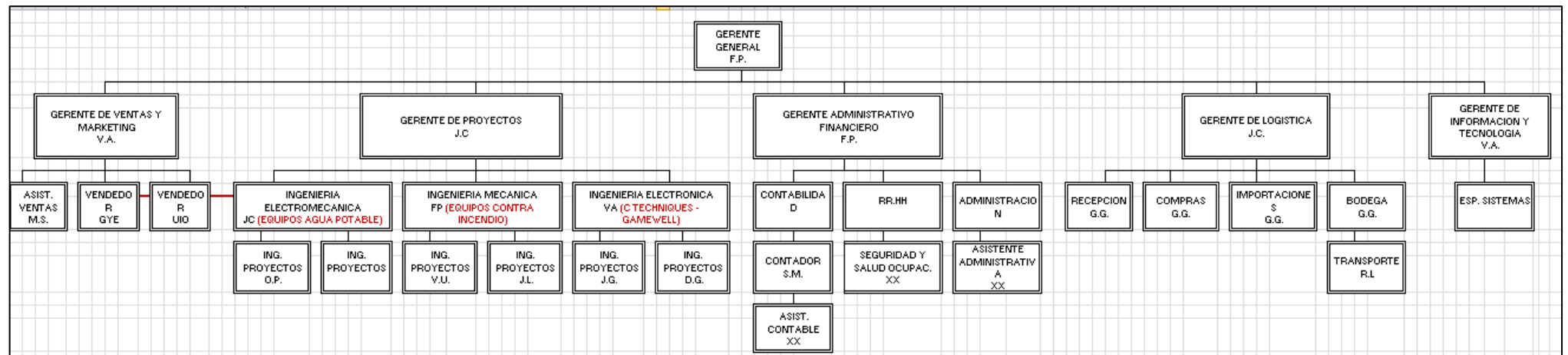
“El organigrama de una organización constituye la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen” (Franklin)

Descripción Funcional

Tabla 39 Descripción Funcional Organigrama VELTEK

Ocupación	Nombre empleado
Gerente de Logística	Encargado de contactar a proveedores, programar rutas para entrega de material en obra, tomar decisiones y gestionar proyectos.
Gerente General	Supervisa área financiera de la empresa, gestiona aprovechamiento de recursos, dirige proyectos y es el representante legal de la empresa.
Gerente de Ventas y Marketing	Maneja proyectos, la marca de la empresa, relación con el cliente, publicidad y merchandising VELTEK.
Asistente Contable.	Realiza asientos contables, registra facturas, apoya con sus funciones a la Contadora.
Asistente Administrativa	Encargada de atender a clientes, lleva un archivo, apoya a los Ingenieros y mantiene contacto con el cliente.
Contadora	Sus funciones están relacionadas con el área financiera de la empresa, reporta sus funciones al Gerente General.
Asistente Contable.	Realiza asientos contables, registra facturas, apoya con sus funciones a la Contadora.
Ingeniero de Proyectos Mecánico	Lleva a cabo los proyectos en el área mecánica y reporta sus funciones al Gerente de Proyectos.
Ingeniero de Proyectos Mecánico	Lleva a cabo los proyectos en el área mecánica y reporta sus funciones al Gerente de Proyectos.
Ingeniero de Proyectos Mecánico	Lleva a cabo los proyectos en el área mecánica y reporta sus funciones al Gerente de Proyectos.
Ingeniero de Proyectos Eléctrico	Lleva a cabo los proyectos en el área eléctrica y reporta sus funciones al Gerente de Proyectos.
Ingeniero de Proyectos Eléctrico	Lleva a cabo los proyectos en el área eléctrica y reporta sus funciones al Gerente de Proyectos.
Supervisor Mecánico	Permanece en el lugar donde se desarrolla el Proyecto y supervisa el trabajo de los obreros. Reporta sus funciones al Ingeniero de Proyecto.
Supervisor Eléctrico	Permanece en el lugar donde se desarrolla el Proyecto y supervisa el trabajo de los obreros. Reporta sus funciones al Ingeniero de Proyecto.
Fuente : Información otorgada por VELTEK	

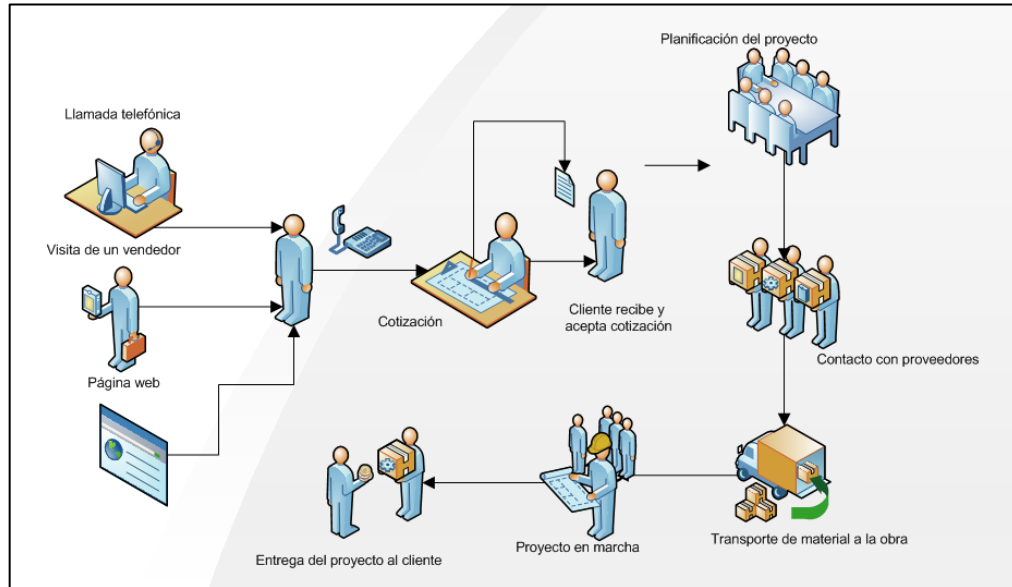
Gráfico 24 Organigrama Estructural Veltek Cia.Ltda



Fuente: Veltek Cia. Ltda

Gestión Comercial

Tabla 40 Diagrama de flujo de actividad Veltek



Fuente: Veltek Cia.Ltda

Como se puede observar en la Figura 3, el cliente puede informarse sobre el producto a través de la página web de la empresa, visita de un vendedor Veltek o a través de llamadas telefónicas que la empresa realiza. Posteriormente uno de los ingenieros realiza la cotización y la envía al cliente vía correo electrónico, una vez que el cliente decida empezar se firma el contrato respectivo. Los ingenieros mantienen una reunión para realizar la planificación de trabajo, posteriormente se contacta a proveedores y la obra empieza, al finalizar el cliente deberá estar completamente satisfecho o caso contrario se realizan las correcciones del caso. Veltek en la actualidad no mantiene estrategias de control de calidad una vez entregada la obra.

2.3.1 Producto

El producto que Veltek ofrece a sus clientes es soluciones de ingeniería y construcciones electromecánicas integrales. Ofrece servicios de ingeniería básica, conceptual y de detalle para sistemas de control e instrumentación, elaboración de protocolos de pruebas, diseño de sistemas eléctricos de potencia en media y baja tensión, ingeniería para sistemas contra incendios, así como también en el área de construcción ensamblaje y cableado de tableros eléctricos y de control, construcción de redes de distribución eléctrica en media y baja tensión, construcción de torres y cámaras de transformación, sistema de extinción de incendios, entre otros.

Tabla 41. Productos VELTEK

Producto	Descripción del Producto		
Proyectos	Mecánicos	Extinción y detección de incendios	Este producto consiste en la detección automática de incendios aprovechando características del fuego, como el calor, humo y llama. Posteriormente se activará una alarma asociada a los detectores que dará inicio a la expulsión de agua y diferentes métodos para apagar el fuego.
		Detección de incendios	Detección automática de incendios aprovechando características del fuego, como el calor, humo y llama a través de equipos de alta calidad.
		Montajes industriales	Veltek realiza montajes en la industria eléctrica, agua potable, minería, siderúrgica y de cemento.
	Eléctricos	Automatización y control	Proyectos para maximizar los estándares de productividad, sobre sistemas de control, digitales e instrumentación.
Producto específico	Gamewell	Productos contra incendios de última tecnología.	
	Control Techniques		
Servicios	Diseño, estudio, ingeniería y asesoría.		

Nota: Información otorgada por VELTEK.

2.3.2 Precio

La fijación de precios de los servicios que ofrece Veltek surge mediante una cotización de acuerdo al trabajo que el cliente requiera, los materiales, personal y recursos que la obra involucre para su desarrollo. No existe un precio fijado para cada uno de los servicios puesto que éste varía de acuerdo a la necesidad del cliente, mantienen sin embargo precios en función del mercado, cubriendo costos y manteniendo su margen de utilidad para cada producto como se presenta a continuación.

Tabla 42 Margen de utilidad

Producto	Margen de utilidad (%)
Proyectos	30%-40%
Equipos	30%
Servicios de Ingeniería	70%-80%

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Veltek Cia.Ltda mantiene políticas de pago del cliente que se presentan en la siguiente tabla:

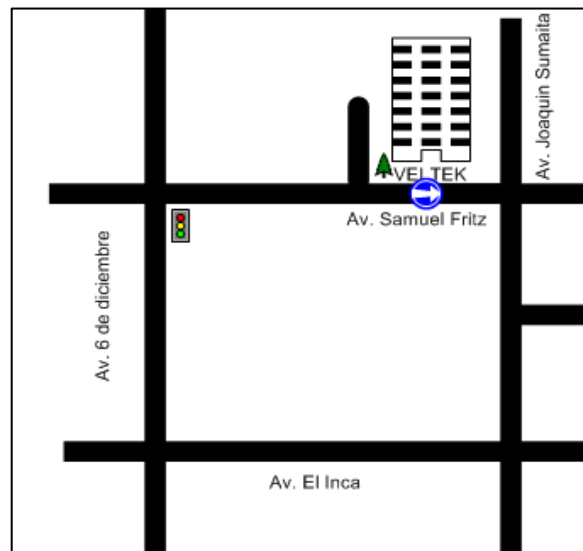
Tabla 43 Políticas de Pago Clientes Veltek

Producto	Políticas de pago
Proyectos	Anticipos, planillas y pago final
Equipos	Anticipo y pago contra entrega
Servicios de Ingeniería	Anticipo y pago contra entrega

Fuente: Veltek Cia.Ltda

2.3.3 Distribución

Veltek tiene a disposición de sus clientes una oficina ubicada en la ciudad de Quito, en la Av. Samuel Fritz y 6 de diciembre, desde donde se brinda el servicio de atención al cliente.

Gráfico 25 Mapa de dirección Veltek

Fuente: Veltek Cia.Ltda

2.3.4 Actividades de Comunicación, promoción y ventas

Veltek lleva cinco años operando en el Ecuador, durante este tiempo la promoción de sus productos no ha sido un aspecto primordial para la Gerencia. En el año 2014 se decidió dar mayor importancia al manejo de esta área, creando así un departamento de Marketing en la empresa. Durante este año se ha implementado un vendedor, quien se encarga de visitar potenciales clientes para dar a conocer los productos que Veltek ofrece, así como también se ha enviado información por correo electrónico a la base de datos de clientes con los que los socios han mantenido contacto durante 10 años de experiencia en el área. Adicionalmente, se generan esfuerzos primarios para crear una imagen institucional a través de publicidad en documentos con el logo Veltek, uniformes de los trabajadores y vehículo institucional.

La principal forma de contactar clientes ha sido a través de una página web institucional, donde el cliente puede acceder a información de los productos que esta empresa ofrece, así como también distintos caminos para contactarlos. Por el momento, Veltek no ha considerado necesaria la publicidad en revistas o medios masivos.

Página web

Actualmente, Veltek mantiene a disposición de sus clientes una página web con el URL www.veltek.com.ec que fue creada en el año 2010, en ella se describen los servicios que esta empresa ofrece así como también los proyectos que se han realizado en acuerdo con grandes empresas del Ecuador del sector público y privado.

Gráfico 26 Página web Veltek



Fuente: www.veltek.com.ec

En la primera sección se describe información de la empresa, desde su año de formación así como también misión, visión y filosofía empresarial.

Gráfico 27 Página web Veltek



Fuente: Veltek Cia.Ltda

En la segunda sección de la página web corporativa se describen los servicios que Veltek ofrece, separándolos en tres categorías: ingeniería, procura y construcción.

Gráfico 28 Página web Veltek



Fuente: Veltek Cia.Ltda

En la sección Proyectos se detallan algunos de los grandes proyectos que esta empresa ha hecho, sin embargo, esta sección se encuentra desactualizada y describe proyectos que se dieron en el año 2010.

Gráfico 29 Página web Veltek



Fuente: Veltek Cia.Ltda

Uno de los componentes más importantes que tiene la página web es la sección de Contacto, donde cliente puede obtener información de números telefónicos y ubicación de las oficinas Veltek.

Gráfico 30 Página web Veltek



Fuente: Veltek Cia.Ltda

Venta personal

Actualmente Veltek mantiene en su nómina un vendedor encargado de visitar a los clientes potenciales principalmente ubicados en la ciudad de Quito y sus alrededores. La ruta a seguir está determinada por el Gerente de Logística, quien es la persona encargada de analizar y ubicar potenciales clientes para que el vendedor se encargue de dar a conocer a ellos los servicios que la empresa ofrece.

2.4 Procesos productivos

El concepto de cadena de valor según Michael Porter, se da para identificar las nuevas formas de generar mejores beneficios para el consumidor desarrollando mayor fluidez en los procesos centrales de la empresa con el fin de obtener ventaja competitiva.

Gráfico 31 Cadena de Valor Veltek Cia.Ltda

Actividades de apoyo	Infraestructura: Oficinas ubicadas en la ciudad de Quito.				
	Administración RRHH: Capacitación personal, reclutamiento.				
	Investigación y desarrollo: Sistemas internos, poca automatización de procesos.				
	Abastecimiento: Mantenimiento vehículo automotor, adquisición inventarios.				
Actividades primarias	Logística interna Falta de un manual de procedimientos, falta de comunicación organizacional.	Operaciones Recepción de pedidos, trámites, presencia en los proyectos.	Logística externa Transporte de materiales a los distintos puntos de desarrollo de proyectos.	Mercadeo y Ventas Vendedor: visita personal	Servicio Post-Venta No se realiza servicio post-venta

MARGEN

Fuente: Veltek Cia. Ltda

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Propósito de la investigación

La investigación de mercados es “identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución a los problemas y las oportunidades de marketing” (MALHOTRA, 2004). Es así entonces, como se realizó una investigación de mercados con el objetivo de conocer las necesidades del segmento y encontrar áreas de oportunidad de mejora para la empresa VELTEK.

3.2 Problema de investigación

El problema de investigación es principalmente la falta de un conocimiento claro de las necesidades de los clientes, es por esto que esta investigación tiene como objetivo encontrar áreas de oportunidad y conocer las necesidades del segmento.

3.3 Objetivos de la investigación

3.3.1. Objetivo general

Realizar un análisis del mercado de Servicios de Ingeniería, industria en la cual se desempeña la empresa Veltek Cia.Ltda mediante la aplicación de técnicas de investigación para determinar características, necesidades, gustos y preferencias de los clientes.

3.3.2 Objetivos específicos

- Identificar necesidades y requerimientos de los clientes en cuanto a Servicios de Ingeniería.
- Determinar oportunidades de mejora en base a criterios identificados a través de entrevistas y distintas técnicas de investigación.
- Obtener datos necesarios para el planteamiento de estrategias de mercado para alcanzar un mejor posicionamiento de la empresa Veltek Cia.Ltda.
- Establecer criterios claros de clientes potenciales al momento de elegir un proveedor de servicios de ingeniería mecánica y eléctrica.

3.4 Segmentación de Mercado

Para la presente investigación se ha tomado en consideración el análisis de Pareto (80-20) realizado a la cartera de clientes de la empresa Veltek Cia.Ltda con el fin de identificar necesidades, requerimientos y percepción del servicio que brinda la empresa. A su vez, se ha tomado a empresas de mayor posicionamiento en Ecuador, líderes en cada uno de los diferentes sectores: Industria, Petróleo, Servicios de Salud y Construcción.

Tabla 44 Clientes Actuales Veltek Cia.Ltda

Clientes actuales Veltek Cia.Ltda
A.W.T S.A.
ACERIA DEL ECUADOR C.A.
AMORTIGUADORES Y PARTES DEL ECUADOR S.A
ASELECMEIND GUAYAQUIL ECUADOR
ASSISTECH CIA.LTDA.
AWT S.A.
AYMESA S.A.
BANCO PROCREDIT
BANOVA INNOVACIONES EN Balsa S.A.
BOPP DEL ECUADOR
BOSQUES TROPICALES S.A.
CARLOS HERNESTO BUENAÑO LLERENA
CEMENTO CHIMBORAZO
CIA.COMPAÑIA DE TRANSPORTES TYDCO
CLAVE CIVIL CIA.LTDA
COLTROQUELES MIL CIA. LTDA.
CONSORCIO ING.PATRICIO RODAS
CONSORCIO PRISMA
DANIELCOM EQUIPMENT SUPPLY S.A
DIRECTPROJECT S.A.

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Tabla 45 Clientes Actuales Veltek Cia.Ltda

Clientes actuales Veltek Cia.Ltda
ECUADORLINE S.A.
ECUATORIANA INDUSTRIAL TERMOVAL CIA.LTDA.
EDIMPRESS
EDITORES E IMPRESORES EDIMPRES S.A.
EL DIARIO EDIASA S.A
ELSYSTEC S.A.
EMPAQUES DEL SUR S.A
EMPRESA ELECTRICA QUITO
ENCHAPES DECORATIVOS S.A
EPMAPS
FALCON CORPORACION INDUSTRIAL
FC SEGURIDAD ELECTRONICA
GRAIMAN
GRANADOCOMERC S.A.
GRUPO SUPERIOR
INDEUREC S.A.
INDUCOMICC S.A.
INGENIERIA Y SERVICIOS AMBIENTALES ISASA
INPROLAC
INTENDENCIA REGIONAL DE QUITO
IPAC S.A
JAMES BROWN PHARMA C.A.
LAFARGE CEMENTOS S.A.
MARCSEAL
MEGATECNICOS CIA.LTDA.
MODERNA ALIMENTOS S.A
NELSON SALAS
NESTLE ECUADOR S.A
OFFSHORE INDIGI
PAPELERA NACIONAL S.A.

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Tabla 46 Clientes Actuales Veltek Cia.Ltda

Clientes actuales Veltek Cia.Ltda
PEGOMARMÍ S.A.
PEPSICO ALIMENTOS ECUADOR CIA.LTDA.
PINTURAS LIDER
PROCESADORA DE ALIMENTOS PRONACA C.A.
PROCESADORA NACIONAL DE ALIMENTOS
PRODUCTOS FAMILIA SANCELÁ DEL ECUADOR S.A.
PRONACA
QBE SEGUROS COLONIAL
QMAX ECUADOR S.A
QUIFATEX S.A
RESOMAK CIA.LTDA.
RHR CIA.LTDA.
ROCKWELL AUTOMATION DE PERU
RODAS GOMEZ ASOCIADOS CA.LTDA
SANITRON
SATIE S.A
SEDEMI
SEGUROS SUCRE S.A.
SERVICIOS INTEGRADOS DE INGENIERIA ,SMARTPRO S.A.
SERVITELEC J.D
SISCONTEL SA
SRI
TECHNOLOGY ASSISTANCE ASSISTECH CIA.LTDA.
TECNOFLUIDO S.A.
TELVENT ENERGIA S.A.
TEXTILES DEL PACIFICO TEXPAC CIA.LTDA.
THE TESALIA SPRINGS
TUBERIA GALVANIZADA ECUATORIANA

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Tabla 47 Clientes Potenciales

Clientes Potenciales Veltek Cia.Ltda	
Sector	Cliente Potencial
Industria	Holcim Ecuador
	La Fabril
	Arca Ecuador
	Cervecería Nacional
	La Favorita
Servicios de Salud	Hospital Metropolitano
	Hospital de los Valles
	Hospital Vozandes Quito
	Clinica Panamericana Climesa
	Esculapio S.A
Petróleo	Schlumberger del Ecuador
	Andes Petroleum Ecuador
	Sinohydro Corporation
	Primax Comercial del Ecuador
	Petróleos y Servicios PyS C.A
Construcción	Construmercado
	Panamericana Vial S.A
	Aecon AG Constructores
	Hidalgo e Hidalgo
	Constructora Norberto Odebrecht

Fuente: Ranking Empresarial Ecuador EKOS

3.5 Demanda y Oferta

Demanda

Como primer paso para la determinación de la demanda se describe el sector de actividad de la empresa en estudio, el mismo que se enmarca en el sector de prestación de servicios, específicamente servicios de ingeniería mecánica y eléctrica para diversos sectores productivos, sean estos del sector petrolero, energético, construcción, salud y alimentación.

El segundo factor es la determinación de la ubicación geográfica y cobertura de la empresa, en la presente investigación se ha detallado que Veltek Cia. Ltda. se encuentra ubicada en la ciudad de Quito y brinda sus servicios a nivel nacional; pues se pretende captar clientes potenciales de alto reconocimiento en el mercado como por ejemplo grupo La Favorita.

Una vez definido el sector económico y la ubicación geográfica de atención de Veltek Cía. Ltda., se procede a definir cuáles son los clientes potenciales de la empresa en estudio; entendiéndose por tanto, a la demanda como una “relación que muestra las distintas cantidades de un producto o mercancía que los compradores estarían dispuestos y serían capaces de adquirir a precios alternativos posibles durante cierto periodo de tiempo” (Spencer, 1993)

Partiendo de que la demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que las personas y en el presente caso las industrias están dispuestas a solicitar, en el presente estudio este indicador económico permitió identificar las características del mercado meta de Veltek Cía. Ltda.

Análisis de la Demanda

La demanda de servicios industriales está definida por el número de empresas industriales medianas y de gran tamaño a nivel nacional, que según datos proporcionados por la Superintendencia de Compañía son un total de 1376 empresas que se distribuyen un 59,88% medianas, un 39,75% grandes, así como

también se toma en cuenta a las 5 organizaciones líderes en el mercado según el Ranking de Empresas Ecuatorianas proporcionado por EKOS Negocios, de la siguiente manera:

Tabla 48 Demanda

UNIVERSO		
Cobertura Nacional		
TIPO DE EMPRESA	CANTIDAD	%
Medianas	824	59,88
Grandes	547	39,75
Líderes en el mercado	5	0,08
TOTAL	1376	100,00

Investigación propia

Elaborado por Andrea Muñoz

Para la presente investigación se ha tomado en cuenta a 5 empresas líderes en el mercado, las cuales representan el 0,08% del total de empresas que forman parte de la demanda en el mercado, considerando los siguientes aspectos:

Se ha tomado en cuenta el 5% de empresas líderes del mercado nacional, que corresponde al líder en facturación de ventas de cada uno de los sectores: petrolero, alimenticio, salud, construcción y energético, dicho porcentaje se toma en relación con la capacidad operativa de Veltek Cía. Ltda, puesto que durante el año 2015 esta se mantendrá y en el año 2016 aumentará.

- Ranking en las empresas del sector industrial.
- Rubro de facturación de las mismas.
- Cobertura nacional.
- Reconocimiento de marca.

Estas variables han sido definidas por los inversionistas de la empresa en estudio, siendo seleccionadas 5 empresas que corresponden a los líderes de cada uno de los sectores industriales siendo estos: petrolero, alimenticio, salud, energético y de la construcción, de los cuales se consideró a los de mayor facturación.

Demanda Actual

La demanda actual se determinó en relación al **público objetivo.**, de acuerdo a varias consideraciones establecidas por los inversionistas, entre ellos:

- Liderazgo en el mercado en el sector empresarial donde realizan sus actividades económicas.
- Cobertura a nivel nacional.
- Reconocimiento de marca.
- Altos niveles de facturación (ingresos)
- Empresas industriales medianas y grandes

Partiendo de los factores de segmentación, los clientes potenciales identificados y considerados para el presente estudio han sido: Petroamazonas, La Favorita, Andes Petroleum e Inmomafeda, por tanto para establecer el mercado objetivo, se ha analizado algunas preguntas de la encuesta dirigida a las empresas mencionadas, lo que da como resultado una demanda actual **POSITIVA** para Veltek Cía. Ltda., siendo ésta de un 95% de aceptación que nos proporciona la pregunta filtro.

Demanda Actual = N * % de empresas dispuestas a adquirir el servicio

Tabla 49 Demanda Actual

DEMANDA ACTUAL	
No. de empresas industriales	1376
Porcentaje de aceptación	95%
Demanda Actual	1307

Investigación propia

Elaborado por Andrea Muñoz

Demanda Potencial -Proyección de la Demanda

La demanda potencial en el proyecto está dada por la proyección de la misma, para lo cual se ha tomado como indicador del crecimiento el dato referencial del desarrollo económico a nivel nacional dado por el PIB, considerando que los servicios de Veltek van dirigidos a la industria en varios sectores de la economía como son. el sector petrolero, construcción, alimenticio, salud y energético.

Tabla 50 Proyección Demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
AÑO	# DE EMPRESAS (%)
Año Base	1376
2016	1468
2017	1567
2018	1672
2019	1784
2020	1903

Investigación propia

Elaborado por Andrea Muñoz

En tal circunstancia para determinar la proyección de la demanda se ha tomado el dato oficial del PIB al 2014 dado por el Banco Central del Ecuador que es del 6,7%, identificándose que al primer año de aplicado el plan de marketing propuesto para Veltek Cia.Ltda., el mercado tendrá una demanda de 1.468 empresas del sector industrial que requerirán de servicios de ingeniería, inmersas en ellas las empresa líderes en el mercado a las cuales se las encuestó.

Oferta

La oferta es un indicador económico determinado por “la cantidad de bienes y servicios, que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado, a un precio determinado el cual dependerá del costo de producción” (Velez, 2003). Partiendo de esta definición a continuación se determina la oferta del presente proyecto de investigación.

Análisis de la Oferta

La oferta del sector de servicios industriales del cual forma parte Veltek Cía. Ltda., está constituido por todas las empresas vendedoras de las líneas de servicio de la empresa en estudio, las cuales son: proyectos electrónicos - mecánicos, venta de servicios (asistencia técnica) y venta de equipos, representando estas un número reducido de diez (10), las mismas que fueron citadas en la investigación de mercado.

Tabla 51 Oferta

OFERTA DE SERVICIOS INDUSTRIALES	
No.	Empresas Oferentes
1	Betatronic
2	Asistech
3	Danielcom
4	Decision
5	Electr�cal Sight
6	Exec Sistemas
6	Falcon S.A
7	La llave
8	Maquinarias Henriquez
9	Protecompu
10	Veltek

Investigación propia
Elaborado por Andrea Muñoz

A pesar de que el crecimiento de la industria de servicios electrónicos se ha desarrollado ampliamente en los últimos años debido a las altas oportunidades de mercado, así como el respaldo gubernamental de regulación de procesos en las empresas e impulso a la industria nacional; las organizaciones que brindan servicios similares a las de Veltek Cía. Ltda.; es decir, que ofrecen en su portafolio los productos mencionados, son apenas tres de los oferentes señalados y descritos a continuación:

- **Danielcom:** Según la investigación realizada, y de fuente directa de Daninelcom Supply, esta empresa creada hace 20 años aproximadamente ofrece productos como sistemas paquetizados, equipos y accesorios para aire

comprimido, tratamiento de aire, bombeo de fluidos entre otros, presta servicios de instalación, precomisionado, comisionado, arranque de equipos, evaluaciones y mantenimiento de equipos.

- **Betatronic:** Su vida empresarial es de aproximadamente de 16 años, y se podría considerar la competencia directa de Veltek, pues son especialistas en la veta de servicios de ingeniería mecánica y eléctrica.
- **AVS Ingeniería: Empresa** dedicada al diseño, e implementación de proyectos de electromecánica.

Debido a que el mercado básicamente se divide en cuatro (4) empresas grandes líderes: Veltek Cía. Ltda., Danielcom, Betatronic, AVS Ingeniería, las cuales son pocas pero eficientes y un número mucho mayor de empresas pequeñas pero muy informales e ineficientes, se produce la oportunidad captar clientes determinados de alto nivel comercial en el mercado.

Determinación de la Oferta

La investigación de mercado revela que la cobertura de servicios de ingeniería por parte de los competidores directos de Veltek Cía. Ltda., se diversifica en tres grupos a saber:

Proyectos Industriales

Los servicios de proyectos industriales son cubiertos en el mercado por Betatronic en un 16%, seguido de la empresa Decisión en un 17%, y en cuanto a otras empresas le corresponde el 67%. Este porcentaje es la **oportunidad de expansión de servicios** de la empresa Veltek Cá. Ltda., pues existe indecisión en los clientes potenciales.

Servicios Industriales

Para la determinación de la oferta de servicios industriales para empresas de alto rendimiento económico a nivel nacional, se ha considerado la oferta entregada por la competencia directa de Veltek, pudiéndose identificar que en servicios de proyectos industriales la oferta está cubierta por Betatronic en un 16% y en servicios industriales se encuentra cubierta la oferta por Veltek en un 17%, como se aprecia en el siguiente cuadro:

Tabla 52 Oferta por línea de producto

OFERTA DE SERVICIOS INDUSTRIALES			
No.	EMPRESAS OFERENTES	PROYECTOS INDUSTRIALES	SERVICIOS INDUSTRIALES
1	Betatronic	16	0
2	Asistech	0	16
3	Danielcom	0	0
4	Decision	17	0
5	Electrical Sight	0	0
6	Exec Sistemas	0	67
6	Falcon S.A	0	0
7	La llave	0	0
8	Maquinarias Henríquez	0	0
9	Protecompu	0	0
10	Veltek	0	17
11	Otros (competencia indirecta)	67	0
OFERTA POR SERVICIO		16	17
OFERTA IDENTIFICADA		16,50	

Investigación propia

Elaborado por Andrea Muñoz

Determinándose que la oferta real de servicios industriales en el mercado meta identificado es del 16,50%, tomando en consideración únicamente la oferta entregada por las empresas consideradas como competencia directa, pues el mercado meta de Veltek es específico y los oferentes menores no pueden cubrir las exigencias técnicas, económicas y de calidad en el servicio que estas exigen.

Proyección de la oferta

Para la determinación de la proyección de la oferta de servicios industriales de Veltek , se ha considerado el porcentaje de crecimiento de las empresas industriales a nivel nacional que es del 2%, pues estas serían consideradas dentro del grupo de futuros competidores para la empresa en estudio.

Tabla 53 Proyección de la oferta

PROYECCIÓN DE LA OFERTA		
Periodo	Oferta (%)	Proyección (2%)
Año base	16,50	16,83
2016	16,83	17,17
2017	17,17	17,51
2018	17,51	17,86
2019	17,86	18,22
2020	18,22	18,58

Investigación propia

Elaborado por Andrea Muñoz

3.6 Entrevista Clientes

Para la investigación se han realizado 10 entrevistas a clientes actuales de Veltek, que de acuerdo a previo análisis representan el 20% de los clientes que hacen el 80% de las ventas de equipos, proyectos y servicios de ingeniería.

Objetivo: Realizar una investigación para conocer las necesidades del segmento y encontrar áreas de oportunidad de mejora para la empresa VELTEK.

Entrevista Proyectos:

Alcance: Maira Zurita, Consorcio Prisma, ISA, Empresa Eléctrica, Servicios Integrados de Ingeniería, Danielcom, Cementos Chimborazo.

1. ¿Qué tipo de proyecto requiere regularmente?

Tableros de control

Sistemas contra incendio

Estaciones de bombeo y válvulas

Instalación tuberías

Tanques

Otros

2. ¿Qué empresa prefiere para adquirir dichos proyectos?

Betatronic

Exec Sistemas

Electrical Sight

Protecompu

Decision

Otro

3. ¿Ha trabajado anteriormente con Veltek?

Si

No

¿Por qué?

4. ¿Cómo calificaría el servicio recibido?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

¿Por qué?

5. ¿Cuál es su opinión del precio total de su cotización?

Alto

Medio

Razonable

Bajo

6. ¿Fue su pedido entregado a tiempo?

Si

No

¿Recibió una explicación?

7. ¿Cómo calificaría la calidad del proyecto?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

8. ¿Volvería a trabajar con Veltek en ocasiones futuras?

Si

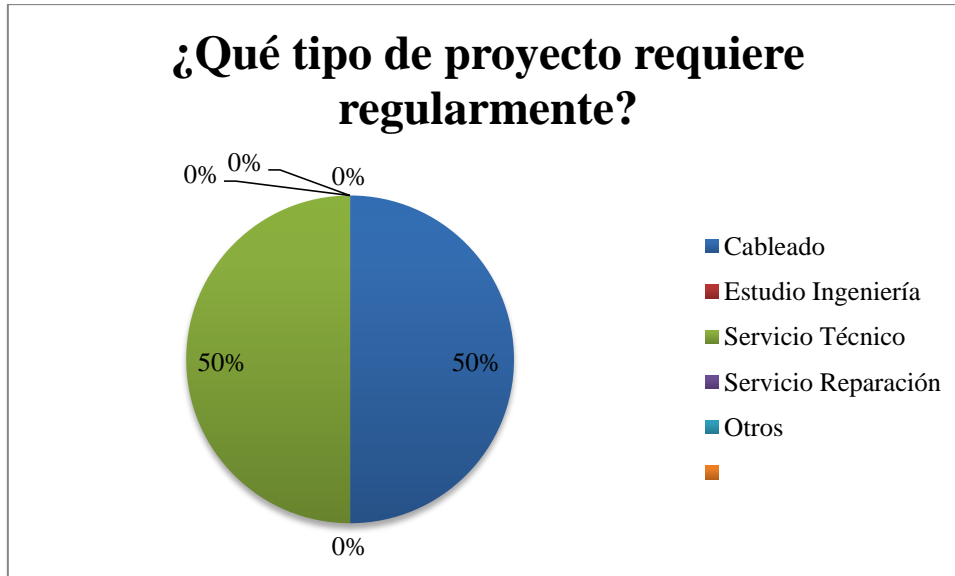
No

¿Por qué?

9. ¿Qué le gustaría recibir adicionalmente como parte del servicio?

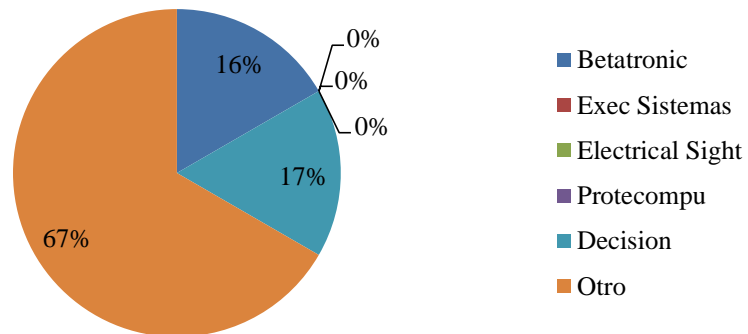
10. ¿Qué cree que podríamos hacer para mejorar el servicio?

Resultados Encuesta Proyectos



El 50% de los encuestados requieren regularmente la instalación de Tableros de Control, lo que coincide con el diagrama de Pareto analizado anteriormente, ya que tableros de control es uno de los principales productos que Veltek oferta. La instalación de tableros de control es mucho más sencilla y toma menos tiempo en ser entregado que cualquiera de los otros productos.

¿Qué empresa prefiere para contratar dichos proyectos?

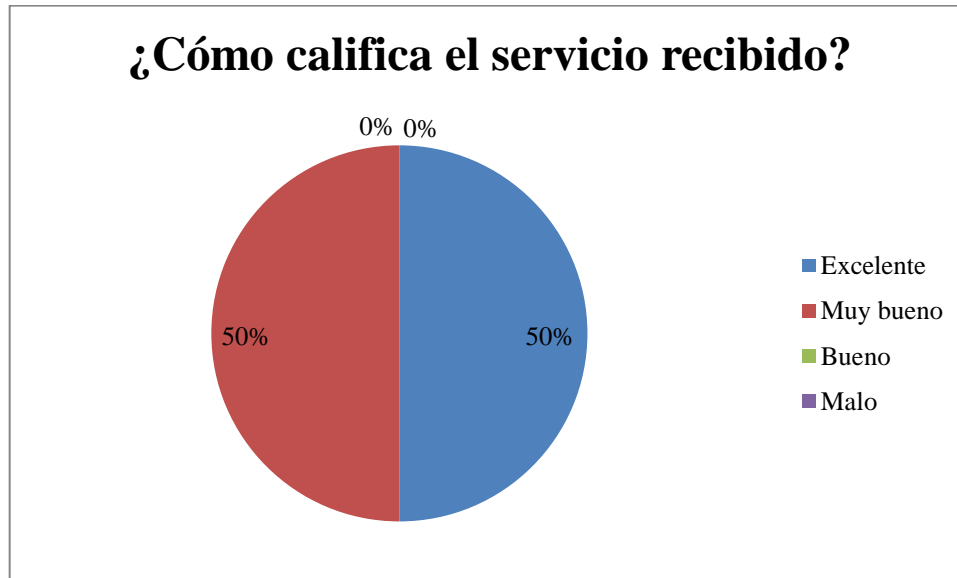


El 67% de los clientes encuestados indicaron que prefieren Veltek como empresa para contratar los proyectos requeridos.

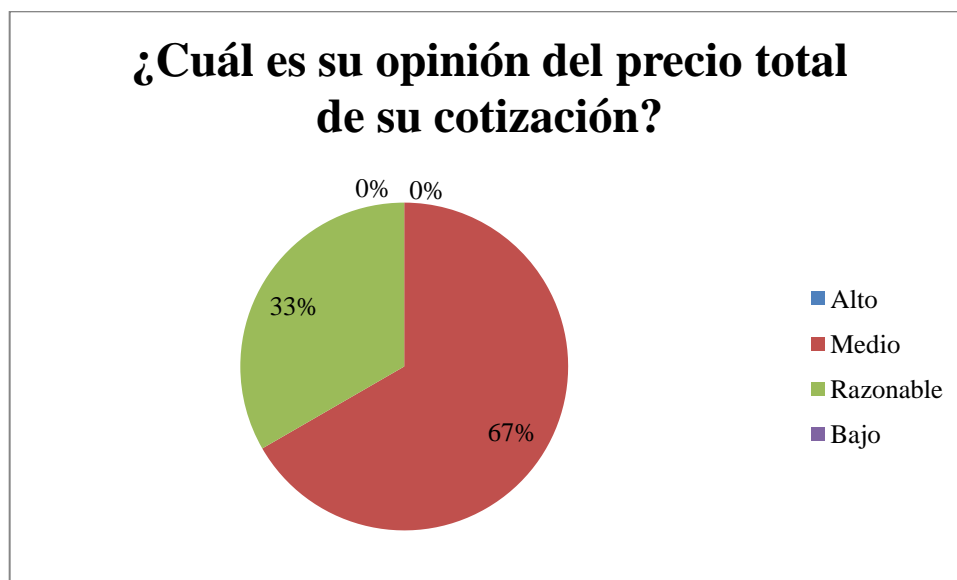
¿Ha trabajado anteriormente con Veltek?



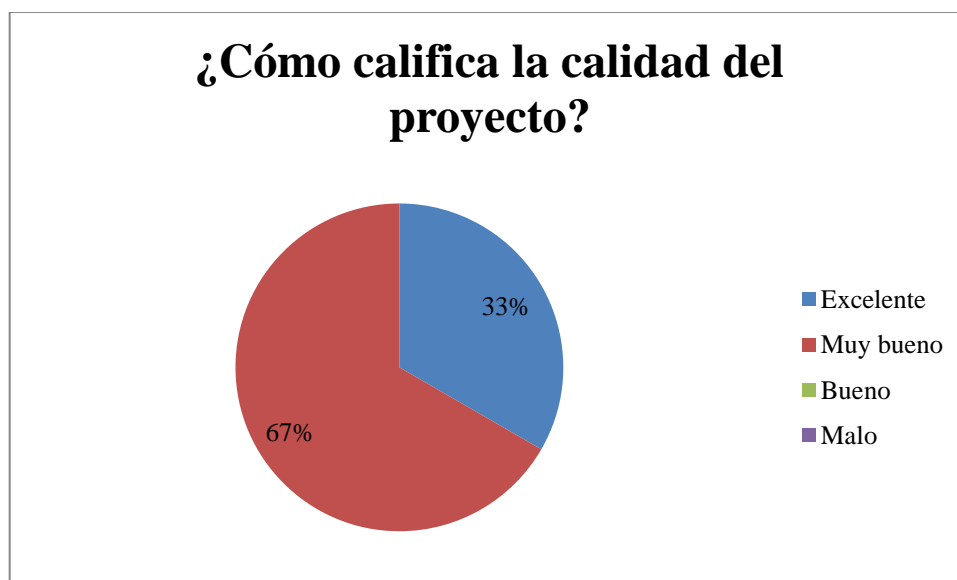
El 100% de los encuestados ha trabajado anteriormente con Veltek y tienen referencias muy buenas con respecto a la opinión de la empresa.



El servicio recibido fue evaluado como Excelente y Muy bueno por los entrevistados, el 50% de ellos estuvo completamente satisfecho con el servicio recibido, mientras que el otro 50% opinó que aún existen detalles por mejorar. Los encuestados mencionaron principalmente que Veltek ofrece un servicio técnico de calidad, excelente, sin embargo, el tema de tiempos de entrega es uno de los aspectos que es necesario mejorar.



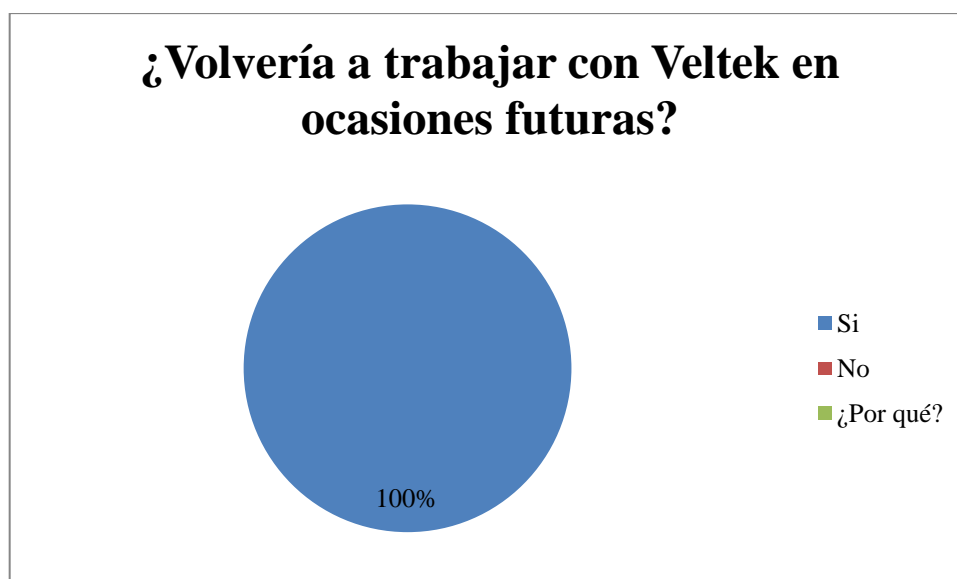
Un 67% de los entrevistados considera el precio total de su cotización como medio y un 33% como razonable, lo que indica que Veltek es una empresa competitiva en precios, ofreciendo tarifas accesibles para PYMES y grandes empresas. Los clientes aseguraron que Veltek es una de sus primeras opciones porque ofrece calidad a precios razonables.



La calidad del proyecto fue evaluada como Muy buena en su gran mayoría, los entrevistados aseguraron que técnicamente el producto que Veltek ofrece es bueno y muy competitivo, sin embargo, añadieron que les gustaría un seguimiento post-venta para llevar un control del proyecto en marcha y posibles expansiones del mismo.



El 83% de personas entrevistadas aseguró que se cumplió con el plazo y fecha límite establecido en el contrato en un principio, solamente una de las empresas confirmó que su pedido tuvo retrasos que fueron justificados por la Gerencia de Veltek.



El 100% de respuestas obtenidas asegura trabajaría en un futuro con Veltek nuevamente, pues el trabajo recibido satisfizo las necesidades y requerimientos de los clientes.

¿Qué cree usted que podríamos hacer para mejorar el servicio?

Tabla 54 Comentarios Clientes

Cliente	Comentario
Maira Zurita	Mayor rapidez en entrega del proyecto.
Consortio Prisma	Menor tiempo en recibir cotización y el producto final.
ISA	Seguimiento post-venta
Empresa Eléctrica	Mantener comunicación y cumplimiento durante el proyecto.
Servicios Integrados de Ingeniería	Comunicación durante y después finalizado el proyecto.
Danielcom	Seguimiento post-venta
Cementos Chimborazo	Mantener informado al cliente de los avances.

Investigación propia
Elaborado por Andrea Muñoz

ENTREVISTA SERVICIOS

Alcance: AWT, FALCON (80-20)

1. ¿Qué tipo de servicio de ingeniería requiere regularmente?

Cableado

Estudio Ingeniería

Servicio Técnico

Servicio Reparación

Otro

2. ¿Qué empresa prefiere para adquirir dichos equipos?

Assistech

Danielcom

Falcon S.A

La Llave

Veltek

Otro

3. ¿Ha trabajado anteriormente con Veltek?

Si

No

4. ¿Cómo califica el servicio recibido?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

5. ¿Cuál es su opinión del precio total de su cotización?

Alto

Medio

Bajo

6. ¿Fue su pedido entregado a tiempo?

Si

No

7. ¿Cómo calificaría la calidad del producto?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

8. ¿Volvería a trabajar con Veltek en ocasiones futuras?

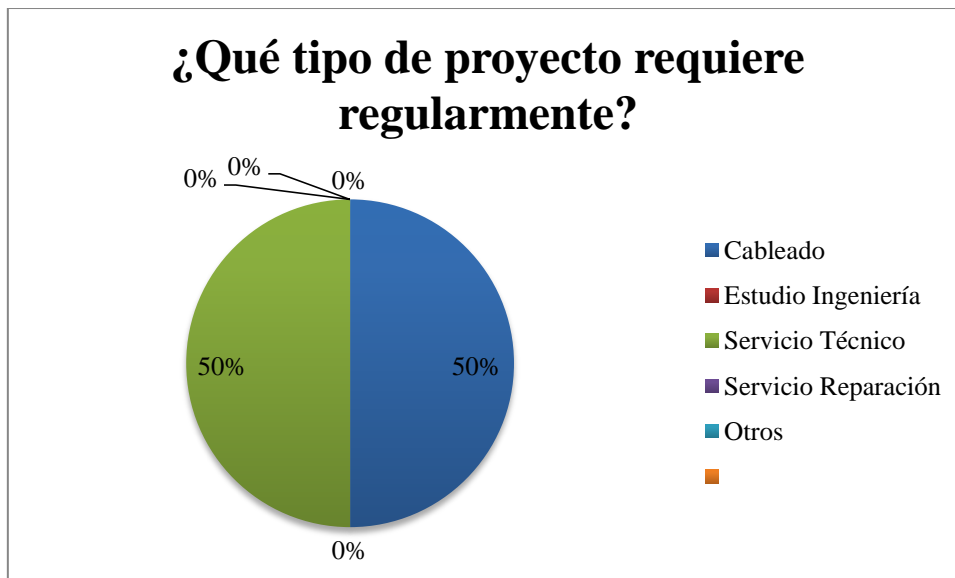
Si

No

9. ¿Qué le gustaría recibir adicionalmente como parte del servicio?

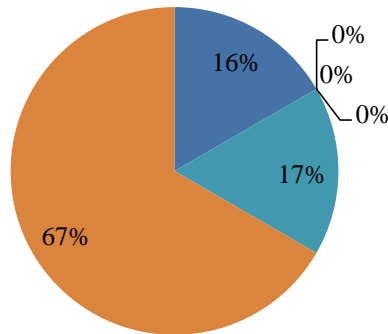
10. ¿Qué cree usted que podríamos hacer para mejorar el servicio?

Resultados Entrevista Servicios



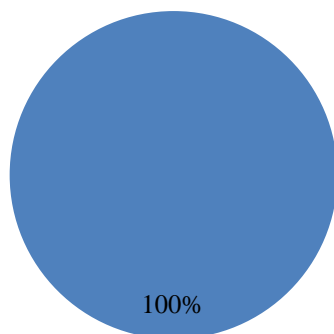
El 50% de los clientes entrevistados requieren regularmente servicio de cableado, mientras que el otro 50% requiere servicio técnico.

¿Qué empresa prefiere para adquirir dichos servicios?



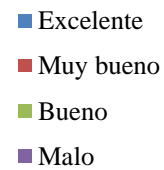
La empresa que la Mayoría de clientes prefiere es Exec Sistemas, seguido de Veltek y Assistech, que constituyen las tres empresas más representativas en cuanto a servicios de ingeniería se refiere.

¿Ha trabajado anteriormente con Veltek?



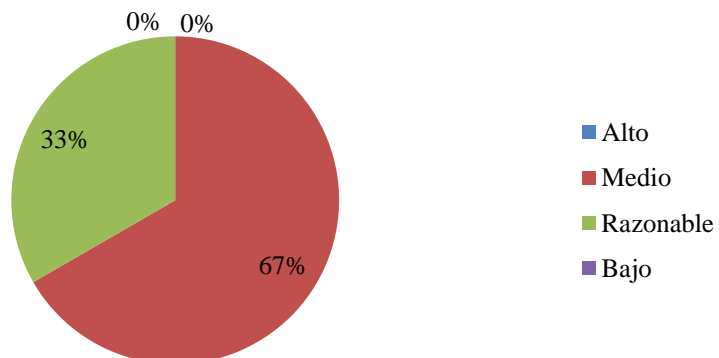
- Si
- No
- ¿Por qué?

¿Cómo califica el servicio recibido?

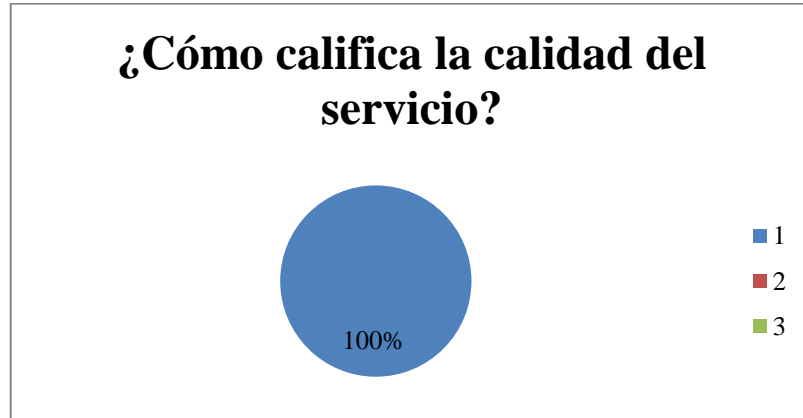


El servicio recibido fue calificado en un 67% como Excelente, los clientes destacaron la buena atención y el conocimiento del personal técnico de Veltek para recibir asesoría en sus requerimientos.

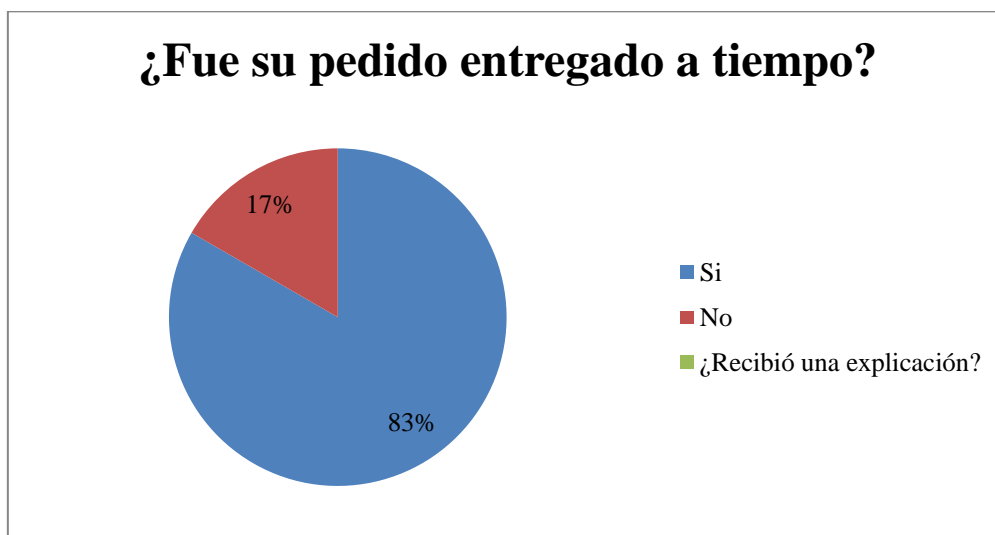
¿Cuál es su opinión del precio total de su cotización?



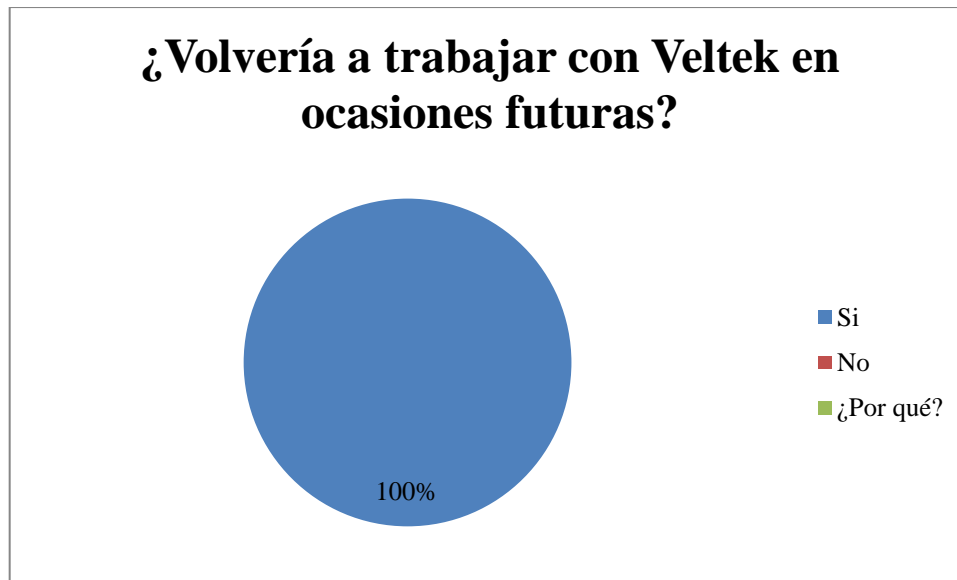
El precio total de la cotización de servicios es considerado como medio de acuerdo a entrevistas aplicadas a los distintos clientes nos supieron informar que Veltek mantiene precios razonables y competitivos en su opinión.



La calidad del servicio fue calificada como excelente, destacándose entre los comentarios de los entrevistados la experiencia técnica del personal de la empresa.



El 83% de los clientes afirmó que su pedido fue entregado a tiempo, aseguraron además que de existir una demora involuntaria Veltek se encarga de reportarla al cliente.



Entrevista Equipos

Alcance: Consorcio Prima (80-20)

1. ¿Qué tipo de equipos compra regularmente?

Válvulas

Variadores

Motores

Equipos detección incendios

Software

2. ¿Qué empresa prefiere para adquirir dichos equipos?

La Llave

Maquinarias Henriques

Danielcom

Assistech

Veltek

3. ¿Ha trabajado anteriormente con Veltek?

Si

No

4. ¿Cómo calificaría el servicio recibido?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

5. ¿Cuál es su opinión del precio total de su cotización?

Alto

Medio

Bajo

6. ¿Fue su pedido entregado a tiempo?

Si

No

7. ¿Cómo calificaría la calidad del producto?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

8. ¿Volvería a trabajar con Veltek en ocasiones futuras?

Si

No

9. ¿Qué le gustaría recibir adicionalmente como parte del servicio?

Resultados Entrevista Veltek

1. ¿Qué tipo de equipos compra regularmente?

Válvulas

Variadores

Motores

Equipos detección incendios

Software

2. ¿Qué empresa prefiere para adquirir dichos equipos?

La Llave

Maquinarias Henriques

Danielcom

Assistech

Veltek

3. ¿Ha trabajado anteriormente con Veltek?

Si

No

¿Por qué? Por referencias, y porque las marcas de los equipos que ofrecen son reconocidos internacionalmente.

4. ¿Cómo calificaría el servicio recibido?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

¿Por qué? Servicio oportuno, conocen perfectamente del tema y recibimos recomendaciones cuando adquirimos el producto.

5. ¿Cuál es su opinión del precio total de su cotización?

Alto

Medio

Bajo

Razonable

6. ¿Fue su pedido entregado a tiempo?

Si

No

¿Recibió una explicación de la razón?

7. ¿Cómo calificaría la calidad del producto?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

¿Por qué? Porque hasta el momento la válvula que adquirimos se mantiene en perfecto estado.

8. ¿Volvería a trabajar con Veltek en ocasiones futuras?

Si

No

¿Por qué? Porque la experiencia de haber trabajado con Veltek fue positiva, las personas son muy profesionales y los productos son de calidad.

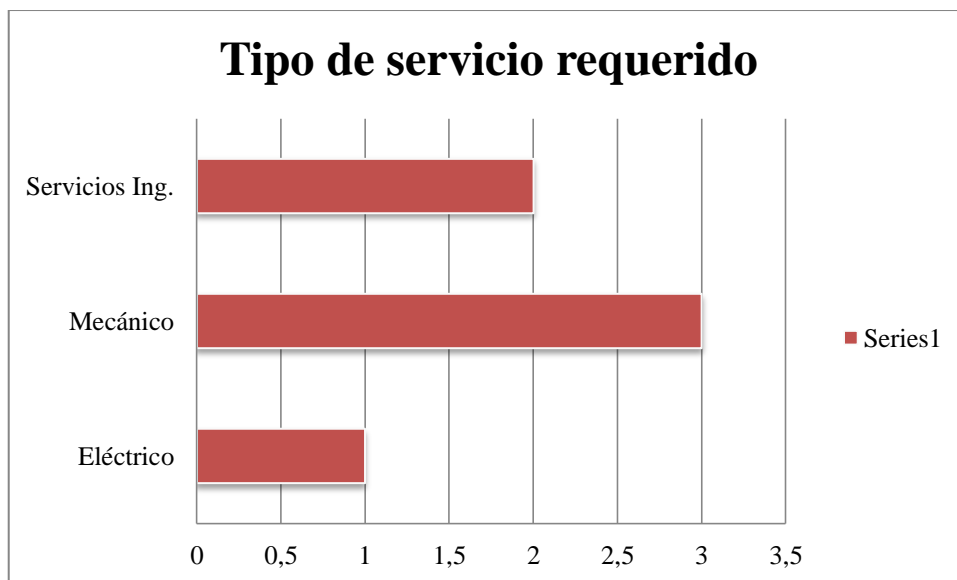
9. ¿Qué le gustaría recibir adicionalmente como parte del servicio?

Nos gustaría mantenernos en contacto para posibles proyectos en un futuro.

4.4 Entrevista Clientes Potenciales

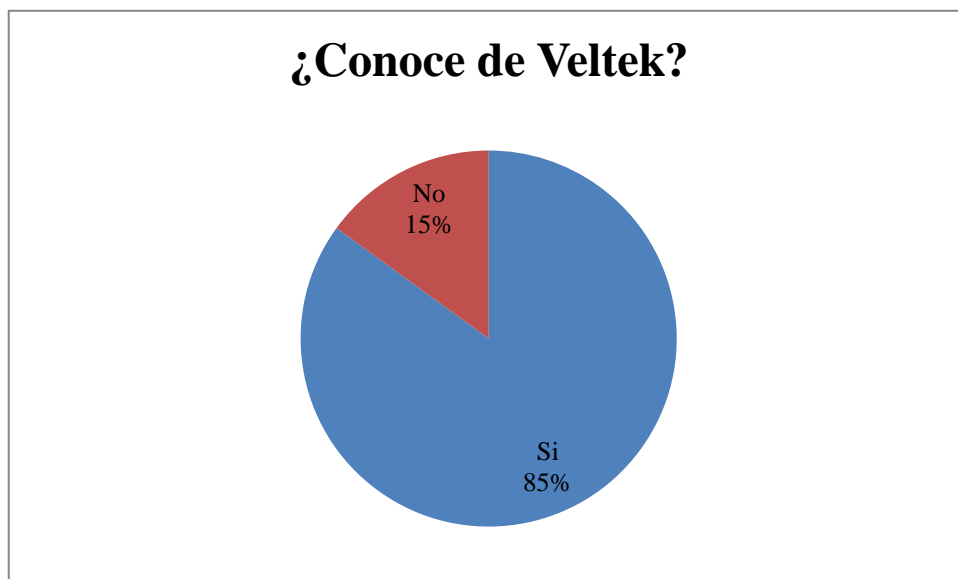
Para la investigación se han realizado 4 entrevistas a clientes potenciales de Veltek, que forman parte de las empresas más importantes del país. Es así como se realizó entrevistas a Hospital Metropolitano, La Favorita, Andes Petroleum, Inmomafeda y Empresa Eléctrica Quito.

4.4.1 Resultados entrevista



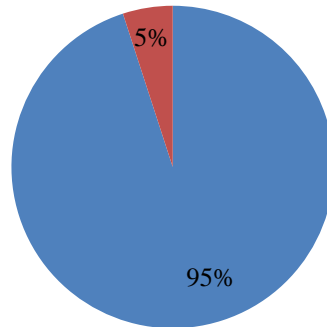
Características de servicio técnico
Sistemas contra incendio (alarma y sistema completo)
Paneles de control
SKID

Proveedor actual de Servicios de Ingeniería	
Pil	Andes Petroleum, Favorita
Smarprot	Hospital Metropolitano
Negrete Ingeniería	Andes Petroleum.
PEC	Inmomafeda
Proyectos mecánicos	Andes Petroleum.



¿Cambiaría su proveedor actual?

■ Si ■ No



¿Qué le gustaría recibir adicionalmente como parte del servicio?

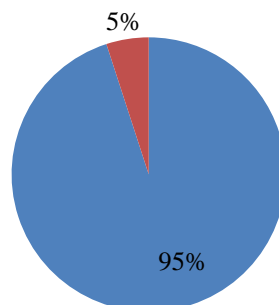
Puntualidad

Seriedad

Eficiencia, cumplimiento y servicio postventa

¿Trabajaría con Veltek como proveedor?

■ Si ■ No



CAPÍTULO IV

ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA EMPRESA VELTEK CIA.LTDA

4.1 ESTRATEGIAS

4.1.1 PLANIFICACION

La empresa Veltek Cia.Ltda en sus cinco años de funcionamiento en el mercado de servicios de ingeniería no ha mantenido una planificación de marketing formal, el desarrollo de esta área ha estado a cargo del criterio de uno de sus socios accionistas y no se ha realizado un plan de marketing anual desde su apertura.

PROPUESTA DE PLANIFICACIÓN

- Implementar Benchmarking en la empresa, realizando tres veces al año la comparación de Veltek Cia.Ltda frente a la competencia por medio de una visita de cliente fantasma a los principales competidores Danielcom, Betatronic y AVS Ingeniería para identificar áreas de mejora en cuanto a precios, equipos y servicio.

Gráfico 32 Estrategia de Planificación

Período	Anual
Persona encargada	Departamento de Ventas y Marketing
Objetivo	Identificación de precios, mejoras, equipos y servicio que brinda la competencia (Danielcom, Betatronic y AVS Ingeniería).

Fuente: Investigación propia

- Mantener un programa de Investigación de nuevas tecnologías de equipos de sistemas contra incendios y automatización a través de un cronograma de asistencia a ferias de marcas representantes de equipos de Sistemas contra incendios y Automatización en distintos países de América, específicamente en Estados Unidos.

Tabla 55 Cronograma actividades Planificación

Marca Representante	Equipo	Fecha	País
Control Techniques	Sistema de automatización	Diciembre	EEUU
Gamewell	Equipos Sistemas contra incendios	Agosto	EEUU
Minimax	Equipos contra incendios	Enero	EEUU
Allen Bradley	Tableros de control	Abril	EEUU

Fuente: Investigación propia

4.1.2 POSICIONAMIENTO

En la actualidad Veltek Cia.Ltda es conocida en la industria de Servicios de Ingeniería únicamente por su gestión, no se han realizado esfuerzos por lograr una marca conocida por un valor agregado específico. Con la presente propuesta se busca alcanzar una percepción de marca por parte del cliente como una empresa que brinda servicios de ingeniería mecánica y eléctrica con alta tecnología y velocidad de respuesta y ejecución, como su nombre lo indica.

Para lograr un correcto posicionamiento, Veltek Cia.Ltda debe alinear sus objetivos y estrategias con la comunicación a los clientes de una imagen corporativa basada en equipos de alta tecnología y velocidad de respuesta y ejecución en el desarrollo de proyectos y entrega de productos. No será suficiente realizar esfuerzo de comunicación para fortalecer una imagen mental adecuada, sino que deberá existir un compromiso y alineación de objetivos tanto en la organización como a través de la fuerza de ventas que es el área que

interactúa directamente con el cliente, presentando las ventajas y beneficios del servicio.

PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO

- Realizar alianzas estratégicas con la empresa Minimax para fortalecer su imagen y constituirse como la única empresa distribuidora de los mejores equipos contra incendios y capacitar al personal para lograr certificación CEPI, para de esta manera lograr un posicionamiento de Veltek Cia.Ltda como la empresa líder en instalación de Sistemas contra Incendios durante el tercer trimestre del año 2015.
- Nueva imagen corporativa



Incluir el slogan “Soluciones de Ingeniería” como parte del logotipo de la empresa, manteniendo los colores corporativos verde que representa el compromiso con el medio ambiente y azul la seguridad industrial que conforman dos de los aspectos que la competencia no toma en cuenta.

Gráfico 33 Percepción de marca

Percepción de marca	
Personalidad	Velocidad y tecnología en servicios de ingeniería.
Carácter	Compromiso con el medio ambiente y seguridad industrial.
Atributos profesionales	Personal técnico altamente calificado en el área.

Fuente: Investigación propia

El mensaje que se transmitirá a los clientes a través del rediseño del logo será velocidad y tecnología en soluciones de ingeniería, adicionalmente la imagen circular que forma parte del logotipo incluye rayos que hacen referencia a proyectos eléctricos y mecánicos intentando simular velocidad por su grado de inclinación.

Se ha decidido incluir el slogan “Soluciones de Ingeniería” para que los clientes potenciales que miran el logotipo por primera vez conozcan el giro de negocio de Veltek Cia.Ltda inmediatamente.

La marca será percibida como la empresa líder en Sistemas contra Incendios, ofreciendo velocidad y alta tecnología en el desarrollo de sus proyectos.

PERSONAS

Las estrategias de comunicación presentadas en la siguiente investigación estarán dirigidas a los siguientes grupos humanos objetivos:

Clientes

Dirigir estrategias de comunicación a Gerentes Generales, Gerentes de Compras, Coordinadores Comerciales, Ingenieros de proyectos mecánicos y eléctricos, Gerentes de Logística y Proyectos, Gerentes de Planta de las principales empresas del país.

Tabla 56 Mercado objetivo Veltek

Posición
Gerentes Generales
Gerentes de Compras
Gerentes de Planta
Gerentes de Logística y Proyectos
Cordinadores Comerciales
Ingenieros de Proyectos Mecánicos
Ingenieros de Proyectos Eléctricos

Fuente: Investigación propia

Personal Veltek

Mantener en nómina personal calificado en todas las áreas como se presenta a continuación:

Posición	Perfil
Vendedores	<p>Capacidad de comunicación.</p> <p>Conocimientos de Ingeniería Mecánica y Eléctrica.</p> <p>Manejo de TIC.</p> <p>Eficacia, eficiencia y cumplimiento.</p>
Ingenieros de obra	<p>Título universitario Ingeniería Mecánica o Eléctrica.</p> <p>Experiencia de por lo menos 3 años en cargos similares.</p> <p>Disponibilidad de viajes.</p> <p>Actitud de crecimiento, eficiencia y cumplimiento.</p>
Asistente administrativa y contable	<p>Conocimiento de TIC avanzado.</p> <p>Experiencia en cargos similares de 1 año.</p> <p>Capacidad de comunicación.</p> <p>Actitud proactiva, eficiente y cumplida.</p>
Mensajería	<p>Contar con licencia de conducir tipo B.</p> <p>Actitud proactiva, responsabilidad y alineamiento con valores corporativos.</p> <p>Facilidad de comunicación.</p> <p>Disponibilidad de viajes.</p>

Elaborado por: Andrea Carolina Muñoz Muñoz

4.1.3 PRESENTACIÓN - IMAGEN CORPORATIVA

Actualmente Veltek no mantiene un eslogan como complemento a su logotipo, lo que en ocasiones genera desconocimiento del giro de negocio de la empresa por parte de las personas que lo observan por primera vez.

PROPUESTA DE PRESENTACIÓN

Con el rediseño del Logotipo, se propone plasmar su nueva imagen institucional en rótulos, papelería y página web.

- Añadir al logotipo de la empresa en la parte inferior la frase “soluciones de ingeniería” haciendo referencia al giro de negocio, conservando los colores corporativos durante el año 2015.



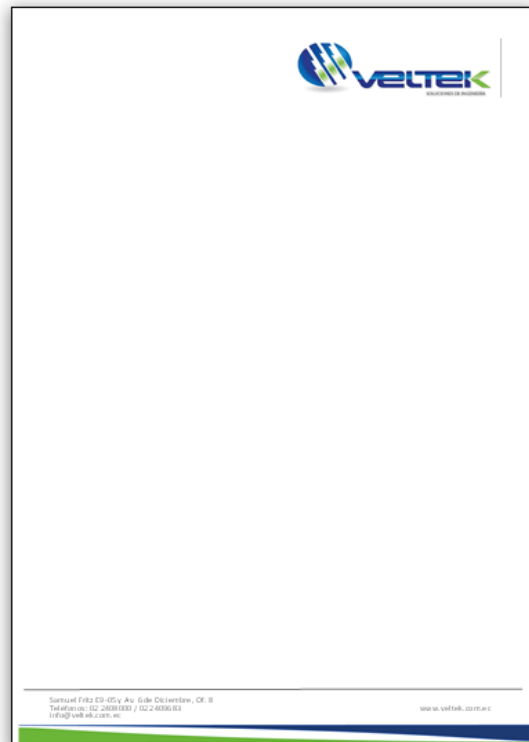
Tabla 57 Logo Veltek Cia.Ltda

Logo Veltek Cia.Ltda	
Azul	Seguridad industrial
Verde	Compromiso con el medio ambiente
Complemento	Soluciones de ingeniería

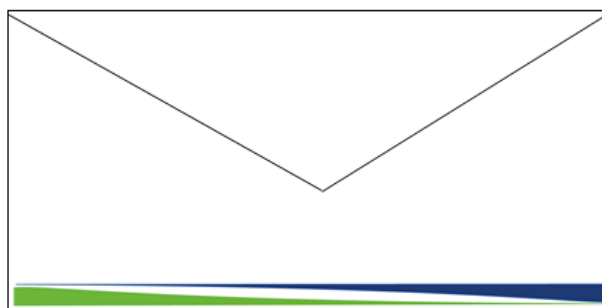
Fuente: Investigación propia

- Aplicar la nueva imagen corporativa a todos los elementos de la institución físicos, digitales, papelería, rótulo como se presenta en la siguiente propuesta gráfica.

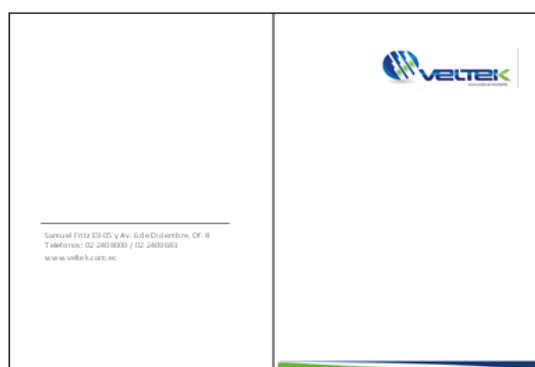
Papelería corporativa



Elaborado por Andrea Muñoz



Elaborado por Andrea Muñoz



Elaborado por Andrea Muñoz

Tarjetas de Presentación

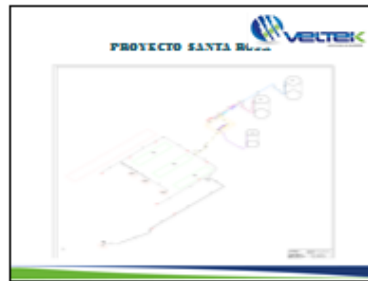
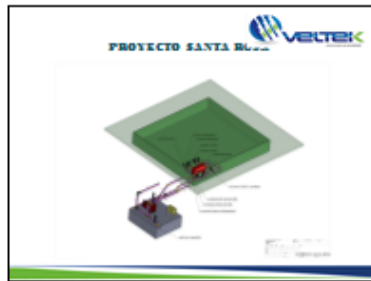
Realizar la impresión de tarjetas de presentación con la nueva imagen corporativa Veltek para el personal administrativo y el vendedor.



Elaborado por Andrea Muñoz

Presentación Institucional

La presentación institucional actualizada con la imagen corporativa de Veltek Cia.Ltda será utilizada por el vendedor para sus visitas a clientes potenciales, donde se dará una introducción de la empresa, los productos que ofrece, proyectos realizados, marcas aliadas y certificaciones obtenidas como se presenta a continuación.



Elaborado por Andrea Muñoz

Uniformes Veltek Cia.Ltda

Entregar nuevos uniformes al personal de obra en la empresa Veltek Cia.Ltda con el siguiente modelo, conservando el diseño corporativo, proyectando así una imagen de seriedad y organización al cliente.



Elaborado por Andrea Muñoz

Uniforme Ingenieros	
Lunes - jueves	Uniforme Veltek
Total Uniformes	18

Elaborado por: Andrea Carolina Muñoz Muñoz

Añadir el logo corporativo a cada uno de los implementos de trabajo utilizados en obra por el personal Veltek Cia.Ltda para de esta manera lograr un reconocimiento del personal y conservar la imagen corporativa que la empresa busca proyectar a sus clientes siempre teniendo en cuenta la seguridad industrial.



Elaborado por Andrea Muñoz

Colocar un nuevo rótulo en las oficinas Veltek Cia.Ltda con el logotipo corporativo actualizado, que incluya el eslogan “Soluciones de Ingeniería” como se muestra en la siguiente propuesta:



Elaborado por Andrea Muñoz

Colocar nuevo logotipo en el vehículo corporativo, dos logotipos en la parte lateral y un logotipo con información de la empresa en la puerta trasera como se muestra en la siguiente propuesta.





Elaborado por Andrea Muñoz

PRODUCTO

El producto es “la combinación de bienes o servicios que la compañía ofrece a los mercados objetivo a fin de satisfacer sus necesidades” (KOTLER & Hayes, 2004, pág. 25)

Producto	Descripción del Producto		
Proyectos	Mecánicos	Extinción y detección de incendios	Este producto consiste en la detección automática de incendios aprovechando características del fuego, como el calor, humo y llama. Posteriormente se activará una alarma asociada a los detectores que dará inicio a la expulsión de agua y diferentes métodos para apagar el fuego.
		Detección de incendios	Detección automática de incendios aprovechando características del fuego, como el calor, humo y llama a través de equipos de alta calidad.
		Montajes industriales	Veltek realiza montajes en la industria eléctrica, agua potable, minería, siderúrgica y de cemento.
	Eléctricos	Automatización y control	Proyectos para maximizar los estándares de productividad, sobre sistemas de control, digitales e instrumentación.
Producto específico	Gamewell	Productos contra incendios de última tecnología.	
	Control Techniques		
Servicios	Diseño, estudio, ingeniería y asesoría.		

Nota: Información otorgada por VELTEK.

De acuerdo con la estrategia de posicionamiento como una empresa que brinda productos de alta tecnología con mayor velocidad en entrega, en la presente propuesta se enfatizará en el cumplimiento de estándares de calidad en sus productos, los cuales se presentan a continuación:

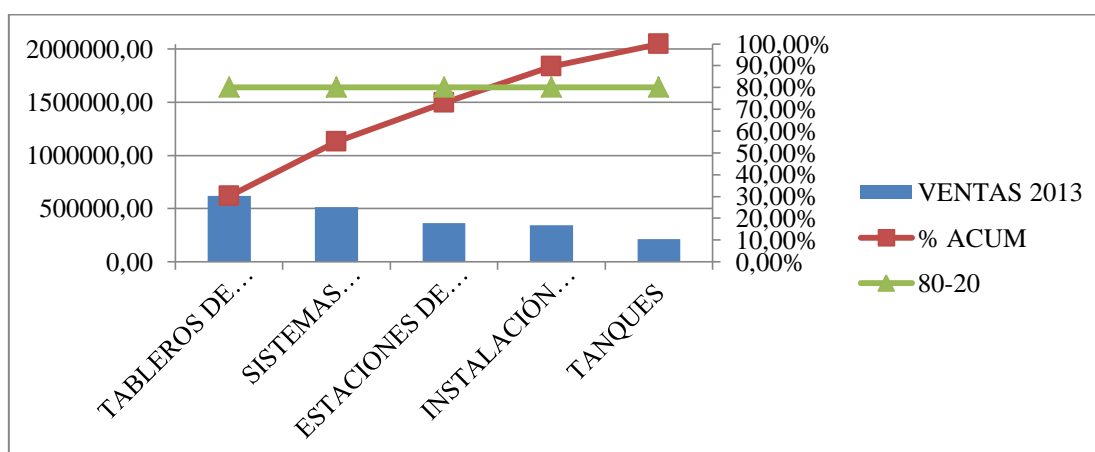
PROPUESTA DE PROYECTOS ELÉCTRICOS Y MECÁNICOS

Tabla 58 Estándares de Calidad Proyectos Veltek

Estándares de calidad
Realizar inspecciones diarias de los avances del proyecto.
Asegurarse del correcto arranque de cada uno de los equipos previa entrega y al finalizar el proyecto.
Capacitar a los Ingenieros de Obra 3 veces al año.
Preparar técnicamente al personal para lograr certificación CEPI.

Fuente: Investigación propia

Gráfico 34 Pareto Projectoss 2013



Fuente: Investigación propia

Después de realizar un análisis de Pareto 80-20, se determinó que el 20% de los proyectos que hacen el 80% de las ventas son Sistemas contra Incendios y Tableros de control, por lo cual se presenta la siguiente propuesta para potencializar la venta de estos productos.

- Realizar alianza estratégica con Minimax, una de las mejores marcas de equipos de Sistemas contra Incendios a nivel mundial, constituyéndose Veltek Cia.Ltda de esta manera como la única representante de dicha marca en el país, lo que mejoraría la calidad de sus proyectos.
- Conservar la representación única actual de la marca Gamewell en Ecuador, renovando el contrato durante 3 años más, de esta manera Veltek Cia.Ltda podrá tener la representación de dos marcas de equipos contra incendios, siendo así Gamewell y Minimax sus principales proveedores, para ofrecer de esta manera una amplia gama de equipos de calidad en sus proyectos.
- Acudir a ferias internacionales agendadas de acuerdo a calendario presentado como estrategia de Planificación, para realizar investigación y contactar nuevas marcas de equipos de automatización, específicamente tableros de control, siendo una de las principales marcas objetivo AllenBradley.
- Implementar un sistema de mantenimiento semestral una vez entregado el proyecto, el personal técnico de Veltek acudirá previo contacto con el cliente a realizar un mantenimiento de los equipos y sistemas instalados cada seis meses, de esta manera se llevará un control de calidad de los productos post-venta y se asegurará el correcto funcionamiento del mismo.

PROPUESTA DE SERVICIOS DE INGENIERÍA

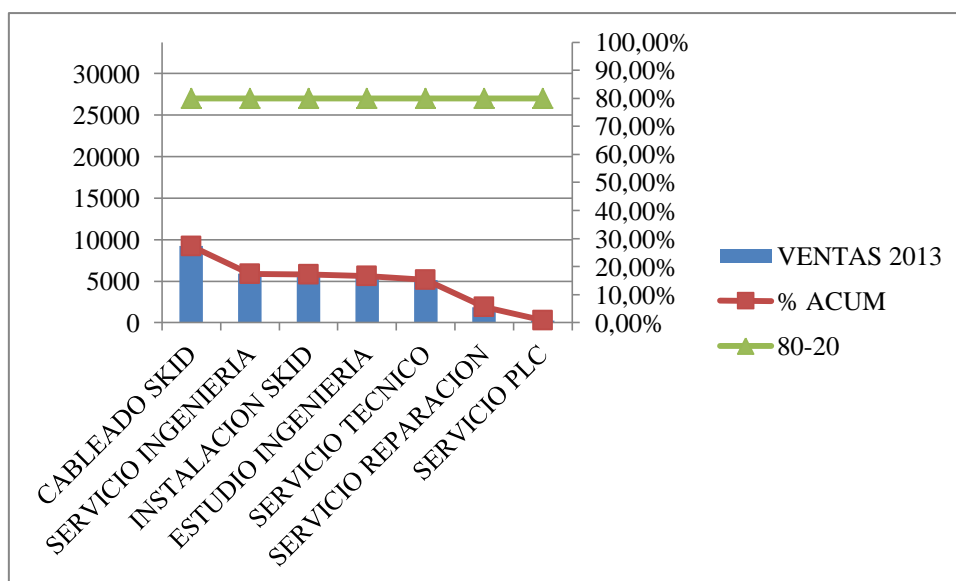
- Capacitar a dos representantes Veltek Cia.Ltda para obtener certificación CEPI, logrando así un mayor reconocimiento como una empresa técnicamente altamente capacitada en servicios de ingeniería propiamente de acuerdo al calendario presentado a continuación:

Tabla 59 Cronograma Capacitación CEPI

Cronograma Capacitación CEPI				
Fecha	Curso	Ciudad	País	Administrador
Marzo 30-31	Preparación CEPI	México	México	IIAR
Abril 17	Examen CEPI	Panamá	Panamá	Edufire

Fuente: Investigación propia

Gráfico 35 Pareto Servicios de Ingeniería 2013

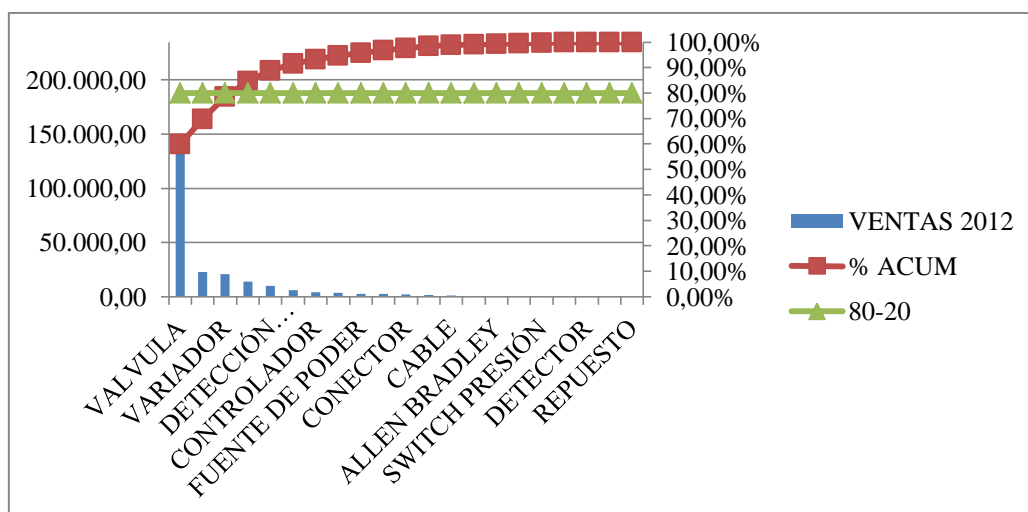


Fuente: Investigación propia

PROPUESTA DE EQUIPOS

- Mantener stock únicamente de Válvulas Gamewell para la utilización de las mismas en proyectos, e importar el resto de equipos únicamente bajo pedido y requerimiento del cliente de acuerdo con análisis de Pareto realizado.

Gráfico 36 Pareto Equipos 2013



Fuente: Investigación propia

- Analizar la capacidad de la empresa para obtener representación autorizada de nuevas marcas reconocidas a nivel mundial de equipos para la utilización de los mismos en proyectos Veltek y para la venta de equipos bajo requerimiento del cliente.

PRECIO

Veltek Cia.Ltda utiliza estándares en función de costos más un margen de utilidad que varía de acuerdo al producto para establecer precios.

Actualmente Veltek Cia.Ltda no ofrece descuentos ni reducciones para sus clientes, pero si mantiene políticas de pago que se presentan a continuación:

Producto	Política de Pago Actual
Proyectos	Anticipos, planillas y pago final
Equipos	Anticipo y pago contra entrega
Servicios de Ingeniería	Anticipo y pago contra entrega

PROPUESTA PRECIO

En la industria de Servicios de Ingeniería los precios cambian de acuerdo al proyecto o tipo de servicio que el cliente requiera, y estos variarán de acuerdo a la empresa. Por lo que la propuesta en cuanto a precio es la siguiente:

- Mantener los precios actuales durante el año 2015 alcanzando mayor competitividad en el mercado ofreciendo alta calidad con equipos Gamewell y Control Techniques.

- Realizar alianzas estratégicas con nuevas marcas de equipos como Cirko Engineering, Patterson y Minimax para reducir costos en pedidos para grandes proyectos, y así obtener descuentos hasta del 20%, generando mayor margen de ganancia para Veltek y conservando el precio regular para el cliente.



- De acuerdo a la investigación realizada, los clientes actuales entrevistados y clientes potenciales están dispuestos a pagar el precio actual real que Veltek ofrece, por lo que se mantendrán los precios durante el año 2015, lo que permitirá a su vez mantener una diferenciación en precios, los cuales frente al resto de empresas es bastante competitivo.
- Brindar facilidades de pago a clientes antiguos siguiendo la propuesta que se presenta a continuación:

Tabla 60 Propuesta Políticas de Pago

Producto	Política de Pago Propuesta
Proyectos	Anticipos y pago contra entrega.
Equipos	Crédito a 30 días.
Servicios de Ingeniería	Crédito a 30 días.

Fuente: Investigación propia

PROMOCIÓN – COMUNICACIÓN

Los medios a través de los cuales Veltek Cia.Ltda comunicará acerca de los beneficios del producto serán relaciones públicas, publicidad y medios digitales.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN

Medios de comunicación

Revistas

- Publicitar la empresa en revista Clave, reconocida en el ámbito de Bienes raíces y de Construcción que tiene sin duda alcance principalmente a clientes potenciales de Veltek Cia.Ltda a través de la siguiente propuesta gráfica:



El alto impacto que genera este medio de comunicación es muy importante para el presente proyecto, debido a que es una de las revistas que nuestro target recibe mensualmente, en muchas ocasiones la promoción es generada por los propios clientes actuales de Veltek, y si a esto adicionamos la aparición en revistas o publireportajes en la página web corporativa se lograría cumplir una gran parte del mercado objetivo.

- Contactar a la revista semanal Líderes para lograr un artículo de la empresa en donde se detallen los productos y servicios de Veltek Cia.Ltda, esta es sin duda una estrategia muy importante debido a que esta revista es leída por el mercado objetivo de la empresa, en especial clientes potenciales, a través de esta publicación se lograría una cercanía con el mercado potencial.

Internet (emails):

- Enviar campañas mailing a través la herramienta Doppler, implementando el envío de un Boletín mensual con alcance a los clientes actuales y potenciales de Veltek Cia.Ltda, siguiendo la propuesta gráfica con los colores corporativos, este boletín brindará información de nuevos proyectos realizados, avances tecnológicos en equipos Gamewell y Control Techniques, anuncios de cursos o participación en ferias de la empresa.



Elaborado por Andrea Muñoz

Internet Página Web

- Rediseñar la página web de Veltek, incluyendo información detallada de los productos que la empresa ofrece, así como también una sección donde el cliente pueda dejar sus datos para que un asesor Veltek se encargue de contactarlo en el menor tiempo posible.

Tabla 61 Esquema nueva página web

Sección	Descripción
Inicio	Introducción del giro del negocio.
Empresa	Reseña histórica de la empresa. Misión, visión y valores
Servicios	Describir y actualizar cada uno de los productos que Veltek ofrece.
Proyectos	Incluir un blog editable por el administrador, donde se puedan publicar periódicamente los proyectos e información relevante sobre ingeniería.
Contacto	Añadir la opción para que el cliente deje sus datos y uno de los ejecutivos se comunica con él lo más pronto posible.

Fuente: Investigación propia**Tabla 62 Criterios de diseño página web**

Criterios de diseño de página web
Imágenes actualizadas
Refrescar la apariencia de la página
Redactar un nuevo texto para cada una de las secciones.
Añadir secciones interactivas.
Incluir banners en la portada, los cuales puedan ser actualizados cada dos semanas.

Fuente: Investigación propia

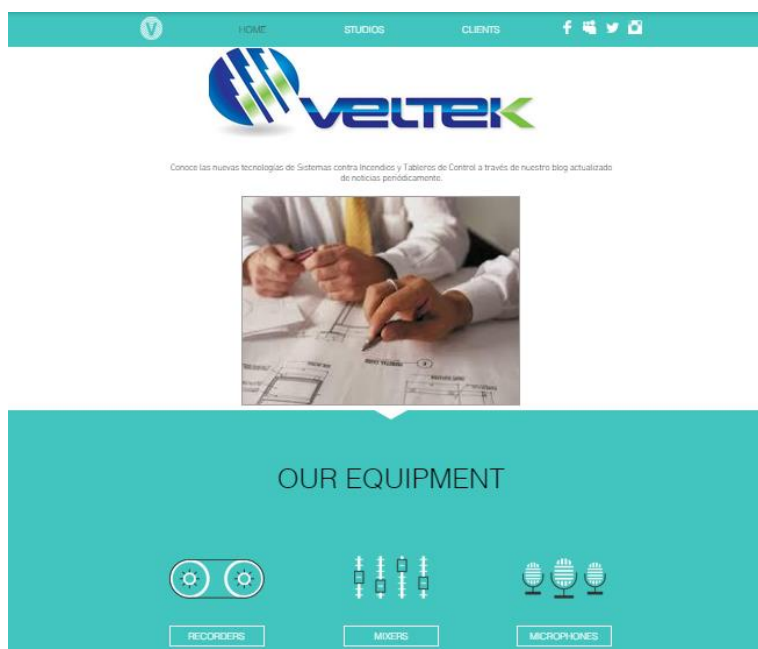
PROPUESTA GRÁFICA NUEVA PÁGINA WEB VELTEK

Fotografía 1 Nueva Página web



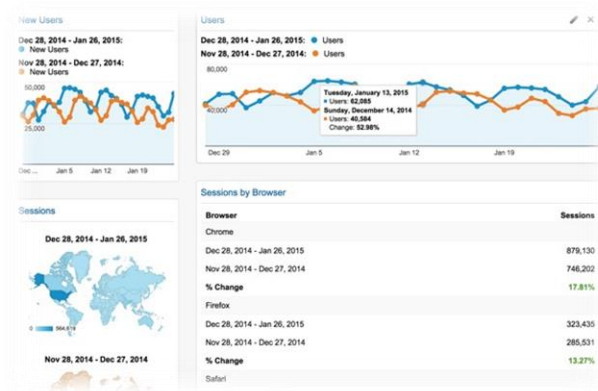
Fuente: Investigación propia

La propuesta gráfica que se presenta para el rediseño de la página web corporativa incluye una nueva imagen que busca proyectar a la empresa como tecnológica, al igual que nuevos íconos y nuevas categorías como se menciona anteriormente. El blog será una de las partes de la página web más importantes, debido a que tendrá información actualizada cada dos semanas de avances tecnológicos en equipos mecánicos y eléctricos, como se muestra en la siguiente propuesta.

Fotografía 2 Propuesta nueva página web

Fuente: Investigación propia

- Crear una cuenta de Veltek Cia.Ltda en Google Analytics, herramienta que permitirá llevar un control periódico de estadísticas y resultados de aceptación e impacto que tiene la página web corporativa en los usuarios, como se presenta en la siguiente propuesta:

Fotografía 3 Herramienta de control página web

Fuente: Investigación propia

Información directa

Uno de los principales canales que la empresa mantiene actualmente con el cliente es a través de la visita de un vendedor, se ha identificado la necesidad de elaborar trípticos para entregar en cada una de las visitas con información de la empresa, proyectos, equipos y servicio que brinda. Se presenta a continuación la propuesta gráfica para la impresión de 300 trípticos durante el segundo trimestre del 2015.



Relaciones Públicas

- Mantener desayunos de negocios con clientes potenciales cuatro veces al año, durante los cuales se presente información de la empresa, proyectos realizados con las empresas más importantes de Ecuador y entrega de dípticos con información empresarial de Veltek.

Tabla 63 Propuesta de comunicación

Lugar	Hotel Haward Johnson
Fecha	Durante el 2015
Cientes	Petroamazonas
	Petroecuador
	Andes Petroleum
	La Favorita
	Hospital Metropolitano

Fuente: Investigación propia

- Participación de la empresa Veltek Cia.Ltda en ferias de construcción y petróleo con publicidad corporativa, trípticos, roll ups, y presentación.



Venta personal

- Determinar nuevas rutas de visita del vendedor Veltek en base a perfil de clientes potenciales.
- Capacitar al vendedor en técnicas de venta y atención al cliente.
- Reclutar personal para la contratación de un nuevo vendedor encargado de visitar clientes potenciales en la región Costa del país.
- Actualizar material de presentación corporativa utilizada por el vendedor, incluyendo los siguientes aspectos.

Tabla 64 Criterios de Venta Personal

Presentación corporativa
Incluir reseña de la empresa
Logo actualizado
Eliminar eslogan "integrando soluciones"
Presentación de proyectos realizados
Utilizar formato con colores institucionales

Fuente: Investigación propia

CRM

- Implementar un modelo de CRM basado en identificación de cada uno de los clientes y seguimiento.

- Capacitar a la Asistente Administrativa para mantener actualizadas bases de datos de clientes actuales y potenciales de Veltek Cia.Ltda mensualmente.
- Controlar el envío semanal de datos de clientes potenciales por parte del vendedor Veltek de acuerdo a las visitas realizadas.
- Mantener un programa de servicio postventa para el cliente Veltek Cia.Ltda como se presenta en la siguiente propuesta:

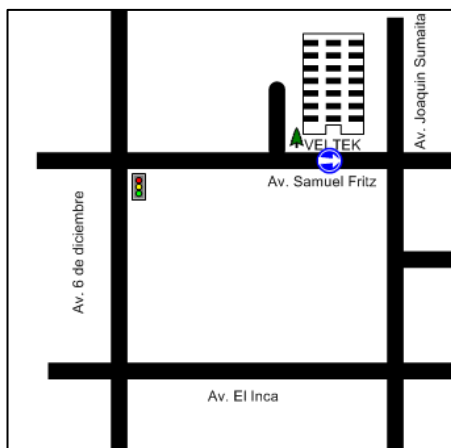
SERVICIO POSTVENTA

Mantener programa de comunicación con el cliente postventa, una vez entregado el producto, en el cual se propone que la Asistente Administrativa se contacte con el cliente vía telefónica consultando requerimientos del cliente, asegurándose del funcionamiento correcto del producto y analizando con el mismo posibles proyectos en el futuro.

1. Entregar producto final al cliente.
2. Después de tres meses Asistente Administrativa se contacta con el cliente para asegurarse del correcto funcionamiento del producto.
3. Agendar una cita con el cliente para realizar una visita personal.
4. El vendedor se acercará al cliente a través de presentación de posibles nuevos proyectos.

LUGAR

En la actualidad, las oficinas de Veltek están ubicadas en la ciudad de Quito, en la Av. Samuel Fritz y 6 de Diciembre debido a que esta es una zona comercial, ubicada en la capital del país. Las oficinas de la empresa están estratégicamente bien ubicadas, debido a que es una zona céntrica de la ciudad.



Estrategias

- Evaluar costos y realizar los estudios pertinentes para la apertura de una nueva oficina de Veltek Cia.Ltda en la ciudad de Guayaquil durante el último trimestre del año 2015.
- Analizar una posible ampliación de la oficina actual de Veltek en la ciudad de Quito, adquiriendo un bien inmueble propio a finales del año 2017 que incluya oficinas, bodega, taller técnico y parqueaderos.

Costo Plan de Marketing

Tabla 65 Matriz de actividades Plan de Marketing

Estrategia	Actividad	En	Feb	Mar	Ab	May	Jun	Jul	Ag	Sept	Oct	Nov	Dic	Presupuesto (Costo)
Mantener un programa de investigación de nuevas tecnologías de equipos de sistemas contra incendios y automatización a través de un cronograma de asistencia a ferias de marcas representantes de dichos equipos.	Participación en ferias Gamwell, Minimax, Allen Bradley	2000			2000				2000				2000	8000
Realizar alianzas estratégicas con la empresa Minimax para fortalecer la imagen de Veltek y constituirse como la única empresa distribuidora de los mejores equipos contra incendios.	Viaje a Estados Unidos para cerrar alianza.			2000										2000
Imagen corporativa	Rediseño Logotipo Veltek	90,44												90,44
	Diseño de imagen corporativa (papel, sobre, tarjetas personales, factura)	320												320
	Publicidad para camioneta	54												54
	Uniformes Veltek	462												462
	Diseño de presentación corporativa digital	85												85

Elaboración Andrea Muñoz

Fuente: Investigación propia

Tabla 66 Matriz de actividades Plan de Marketing

Estrategia	Actividad	En	Feb	Mar	Ab	May	Jun	Jul	Ag	Sept	Oct	Nov	Dic	Presupuesto (Costo)
Capacitación Personal	Certificación CEPI para dos ingenieros			3760	3840									7600
	Capacitación Vendedor			500					500					1000
	Capacitación Asistente CRM		320											320
	Servicio post-venta telefónico	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Comunicación	Publicidad revista Clave				250		250		250		250		250	1250
	Mailing anual	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
	Desarrollo y diseño página web				1000									1000
	Diseño folleto A4 Veltek (5000)					970								970
	Impresión trípticos (5000)					180								180
	Banners corporativos (2)						290							290
Relaciones públicas	Desayunos empresariales con clientes					160			160			160		480
Elaboración Andrea Muñoz Fuente: Investigación propia													Total Inversión	24461

Tabla 67 Gasto operacional

Gasto operacional ventas													
Contratación vendedor	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000

Elaboración Andrea Muñoz
Fuente: Investigación propia

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

El Estudio Financiero es uno de los principales temas a tomar en cuenta para el análisis de la viabilidad financiera del proyecto como tal. Sistematizando la información monetaria de los estudios precedentes y analizando su financiamiento con lo cual se podrá efectuar una evaluación. La parte de análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto. (Urbina, 2003)

De acuerdo con información otorgada por Veltek Cia.Ltda se presentan a continuación sus Estados Financieros, con su respectivo análisis.

5.1 Estados Financieros Veltek Cia.Ltda

Los Estados Financieros son informes a través de los cuales los usuarios de la información financiera perciben la realidad de las empresas y en general de cualquier organización económica. (Urbina, 2003)

5.1.1 Estado de Situación Inicial Veltek Cia.Ltda

Tabla 68 Estado de Situación Financiera Veltek Cia.Ltda

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA VELTEK CIA.LTDA 2014		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		1.030.420,75
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	36.695,35	
DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR	654.158,94	
(-) PROVISION CUENTAS INCOBRABLES Y DETERIORO	(5.104,90)	
INVENTARIOS	106.164,45	
SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	140.641,41	
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	97.865,50	
ACTIVO NO CORRIENTE		125.325,97
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	237.402,22	
(-) DEPRECIACION ACUM PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	(112.076,25)	
TOTAL ACTIVO		1.155.746,72
PASIVO Y PATRIMONIO		
PASIVO CORRIENTE		543.890,44
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	316.393,54	
PROVISIONES BENEFICIOS SOCIALES	26.506,81	
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	36.252,61	
ANTICIPOS DE CLIENTES	164.737,48	
PASIVO NO CORRIENTE		3.158,58
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	3.158,58	
TOTAL PASIVO		547.049,02
CAPITAL	800,00	
RESERVAS	11.122,17	
RESULTADOS ACUMULADOS	248.197,71	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	348.577,82	
TOTAL PATRIMONIO		608.697,70
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		1.155.746,72

Elaboración Veltek Cia.Ltda

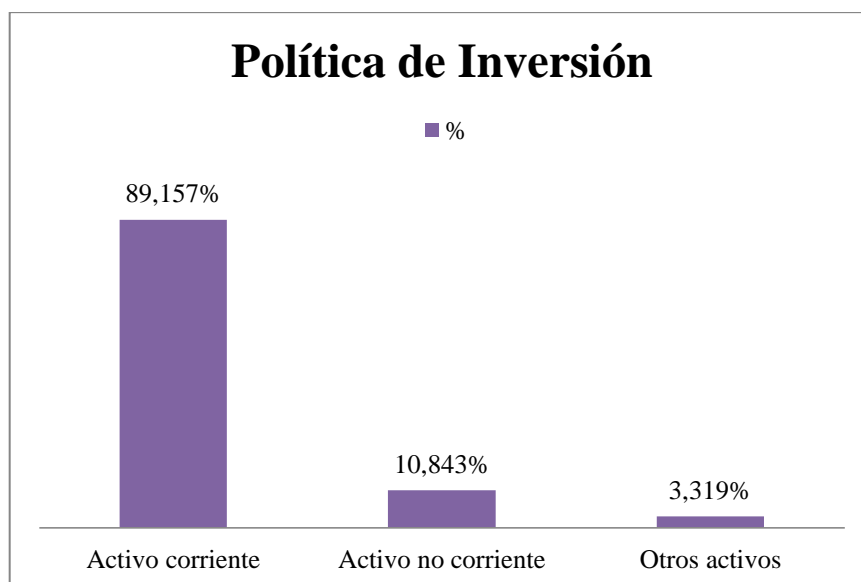
Fuente: Veltek Cia.Ltda

Análisis Vertical

Se ha realizado un análisis vertical financiero del Estado de Situación, con el propósito de demostrar el cumplimiento de los diferentes principios financieros.

Durante el año 2014, el activo corriente representa un 89,15% del total de activos, así como el activo no corriente y otros activos un 10,84% y 3,31% respectivamente.

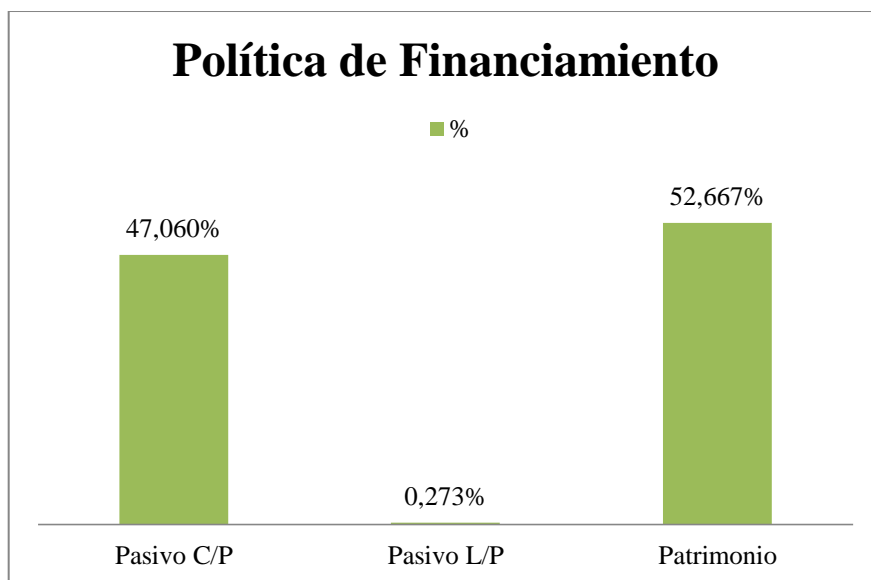
Gráfico 37 Política de Inversión



Elaboración Andrea Muñoz
Fuente: Veltek Cia.Ltda

El pasivo a corto plazo representa un 47,060% del Total Pasivos y Patrimonio, lo que representa que la empresa se financia en su gran mayoría con cuentas por pagar a corto plazo y Patrimonio básicamente, dejando de lado el pasivo a largo plazo, el cual representa solamente un 0,273% del total.

Gráfico 38 Política de Endeudamiento



Elaboración: Andrea Muñoz
Fuente: Veltek Cia.Ltda

5.1.2 Estado de Resultados Veltek Cia.Ltda

La empresa analizada, como parte de su operación realiza una amplia gama de transacciones, entre las cuales se encuentran las relacionadas con la generación de ingresos y erogación de gastos. Por lo tanto, a continuación se presenta el Estado Financiero en el cual se visualiza el monto de ingresos y gastos, así como la diferencia entre estos, que en este caso resulta utilidad.

Tabla 69 Estado de Resultados Veltek Cia.Ltda

ESTADO DE RESULTADOS VELTEK CIA.LTDA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014			
INGRESOS			
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS			
VENTAS BIENES		859.339,10	
PRESTACIÓN DE SERVICIOS		1.288.717,30	
OTROS INGRESOS		1.456,29	
TOTAL INGRESOS			2.149.512,69
COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN			
COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN	1.091.142,81		
(+)OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	353.627,12		
COSTO DE VENTAS			1.444.769,93
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			704.742,76
GASTOS DE VENTA	19.046,06		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	454.150,19		
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			473.196,25
UTILIDAD OPERACIONAL			231.546,51
GASTOS FINANCIEROS			896,75
OTROS GASTOS			6.758,22
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES			223.891,54
15% PARTICIPACION TRABAJADORES			33.583,73
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			190.307,81
22% IMPUESTO A LA RENTA			41.867,72
UTILIDAD DEL EJERCICIO			148.440,09

Fuente Veltek Cia.Ltda

Como se presenta en el Estado de Resultados de Veltek Cia.Ltda, durante el periodo 2014 la empresa genera una utilidad después de impuestos de \$148440,09 dólares americanos, rubro considerado para el análisis del presente proyecto.

ROE	24%
ROI	13%

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Ejercicio}}{\text{Total Patrimonio}}$$

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad Ejercicio}}{\text{Total Activos}}$$

De acuerdo al análisis de los datos proporcionados por la empresa, la rentabilidad económica de acuerdo al indicador ROI es de 13%, lo que quiere decir que dicho porcentaje será la rentabilidad de los activos de Veltek Cia.Ltda para el año 2014. En el caso de la rentabilidad para los socios es del 24% durante el año 2014.

5.2 Operatividad del Plan de Marketing

5.2.1 Inversión inicial

Es importante tener claro que el presupuesto en un proyecto constituye “una herramienta de planificación, que de una forma determinada, integra y coordina las áreas, actividades, departamentos y responsables de una organización”. (MUÑIZ, 2009)

La inversión inicial de la presente propuesta se ha determinado en relación a los recursos económicos requeridos para la ejecución del Plan de Marketing planteadas en el capítulo V de esta investigación, donde se ha establecido que

Veltek Cia.Ltda debe invertir \$24951,44 USD (veinticuatro mil novecientos cincuenta y un dólares americanos con 44/ctvos). Tomando en cuenta el presupuesto inicial.

Tabla 70 Presupuesto Plan de Marketing

Presupuesto Plan de Marketing	
Descripción	Valor Total
Planificación	10000
Imagen corporativa	1011,44
Capacitación personal	8920
Comunicación	4530
Relaciones Públicas	480
PRESUPUESTO TOTAL	24951,44

Elaborado por: Andrea Carolina Muñoz

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Se ha detallado el Presupuesto de Plan de Marketing dividiéndolo en cinco componentes, de los cuales Planificación es la categoría en la cual se pondrá mayor énfasis en inversión debido a que Veltek Cia.Ltda durante sus cinco años de funcionamiento en el mercado no ha mantenido una planificación de Marketing formal, el desarrollo de esta área se ha mantenido de acuerdo al criterio de uno de sus accionistas, y no se han realizado esfuerzos por mantener un Plan de Marketing Anual.

Gráfico 39 Inversión de Marketing

Elaborado por: Andrea Carolina Muñoz

Fuente: Veltek Cia.Ltda

5.2.2 Presupuestos Financieros

Los presupuestos han sido realizados de acuerdo al análisis de Pareto presentado en el Capítulo I, según el cual la venta de equipos representa un 16% del total de ventas, y proyectos representa 84 puntos porcentuales del total.

Porcentaje en Ventas	Líneas de productos
16%	Equipos
84%	Proyectos

Elaboración propia

Se ha considerado además el crecimiento en Ventas, Costo de Ventas y Gastos para la proyección como se presenta a continuación en el desarrollo.

Tabla 71 Impacto Plan de Marketing

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Incremento ventas sin Plan de Marketing	10%	10%	10%	10%	10%
Incremento ventas con Plan de Marketing	15%	15%	15%	15%	15%

Fuente: Investigación propia

Elaboración propia

El incremento anual en ventas que Veltek Cia.Ltda registra es del 10% de acuerdo a datos entregados por la empresa, por lo que con el impacto del Plan de Marketing se prevé crecer un 5% adicional al que la empresa registraba regularmente, es decir, las ventas anuales incrementarían en un 15%, el cual se encontrará distribuido para cada línea de producto de la siguiente manera:

Tabla 72 Porcentaje de crecimiento

Líneas de productos	Crecimiento en Ventas
Equipos	3%
Proyectos	12%
TOTAL	15%

Presupuesto de Ventas sin Plan de Marketing

Se ha realizado la proyección de ingresos por cada línea de producto, en este caso se ha desglosado Proyectos, Equipos y Servicios. Las ventas que la empresa espera obtener sin un Plan de Marketing y manteniendo el crecimiento actual del 10% anual se presenta de la siguiente manera.

Tabla 73 Impacto Ventas Plan de Marketing

Presupuesto de Ventas sin Plan de Marketing						
Ventas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proyectos	1805590,66	1.986.149,73	2.184.764,70	2.403.241,17	2.643.565,28	2.907.921,81
Equipos	322426,9035	354669,5939	390136,5532	429150,2086	472065,2294	519271,7524
Servicios	21495,1269	23644,63959	26009,10355	28610,0139	31471,01529	34618,11682
TOTAL	2149512,69	2364463,959	2600910,355	2861001,39	3147101,529	3461811,682

Elaboración propia

Presupuesto de Ventas con Plan de Marketing

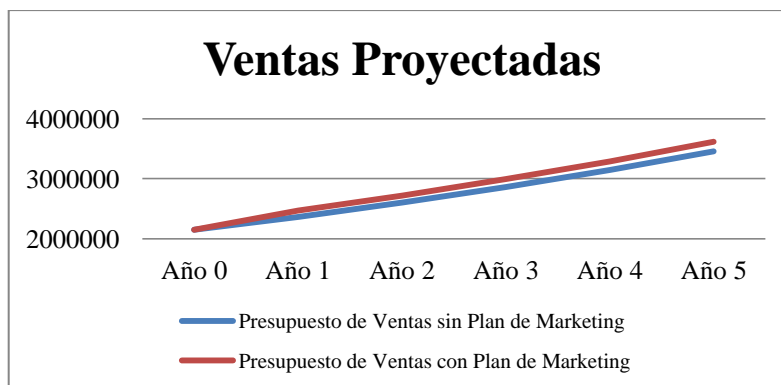
La Proyección de Ventas incluyendo el impacto que generaría el Plan de Marketing propuesto se ha realizado con un porcentaje de 15% de crecimiento anual.

Tabla 74 Presupuesto Ventas por producto

Presupuesto de Ventas con Plan de Marketing						
Ventas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proyectos	1805590,66	2.076.429,26	2.284.072,18	2.512.479,40	2.763.727,34	3.040.100,08
Equipos	322426,9035	370790,939	407870,0329	448657,0362	493522,7398	542875,0138
Servicios	21495,1269	24719,39594	27191,33553	29910,46908	32901,51599	36191,66759
TOTAL	2149512,69	2471939,594	2719133,553	2991046,908	3290151,599	3619166,759

Elaboración propia

Gráfico 40 Ventas Proyectadas



Estado de Situación Proyectado

Tabla 75 Estado de Situación Proyectado

ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE	1.030.420,75	1.184.983,86
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	36.695,35	42.199,65
DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR	654.158,94	752.282,78
(-) PROVISION CUENTAS INCOBRABLES Y DETERIORO	(5.104,90)	(5.870,64)
INVENTARIOS	106.164,45	122.089,12
SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	140.641,41	161.737,62
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	97.865,50	112.545,33
ACTIVO NO CORRIENTE	125.325,97	99.479,61
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	237.402,22	237.402,22
(-) DEPRECIACION ACUM PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	(112.076,25)	(137.922,61)
TOTAL ACTIVO	1.155.746,72	1.284.463,47
PASIVO Y PATRIMONIO		
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE	543.890,44	518.394,64
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	316.393,54	363.852,57
PROVISIONES BENEFICIOS SOCIALES	26.506,81	30.482,83
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	36.252,61	41.690,50
ANTICIPOS DE CLIENTES	164.737,48	82.368,74
PASIVO NO CORRIENTE	3.158,58	2.033,54
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	3.158,58	2.033,54
TOTAL PASIVO	547.049,02	520.428,18
CAPITAL	800,00	800,00
RESERVAS	11.122,17	11.122,17
RESULTADOS ACUMULADOS	248.197,71	248.197,71
UTILIDAD DEL EJERCICIO	348.577,82	503.915,41
TOTAL PATRIMONIO	608.697,70	764.035,29
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1.155.746,72	1.284.463,47

Elaboración propia

Para la proyección del Estado de Situación Financiera se tomaron en cuenta varios criterios, para los activos corrientes se tomó el porcentaje de crecimiento del 15%, así como en el activo no corriente se incluyó la depreciación acumulada del año 2015 de un total de USD 25846,36. El pasivo corriente fue proyectado a un 15% de crecimiento, excepto la cuenta de Anticipo Clientes que se prevé reduzca a la mitad del valor obtenido en el año 2014.

Estado de Resultados Proyectado

Se ha realizado la proyección del Estado de Resultados de Veltek Cia.Ltda tomando en cuenta importantes criterios. Los ingresos fueron proyectados a un crecimiento del 15% para el año 2015, porcentaje obtenido de acuerdo al comportamiento histórico de ventas que ha registrado la empresa desde el año 2010. Adicionalmente es importante mencionar que la empresa líder en el mercado de Servicios de Ingeniería, competidor de Veltek Cia.Ltda, ha registrado su último crecimiento en ingresos un 18% (EKOS, 2013), por lo que se considera que el porcentaje propuesto de crecimiento en ventas es adecuado para la empresa durante el año 2015.

De acuerdo a la información entregada por la empresa el costo de ventas representa el 71% de las ventas de la empresa, por lo que para las proyecciones se ha mantenido el mismo porcentaje. Los gastos fueron proyectados de acuerdo a la inflación para el año 2015 que es del 3,87%.

En el cuadro presentado a continuación se puede observar el crecimiento **total** en ingresos que la empresa analizada tendría hasta el año 2019, implementando un nuevo Plan de Marketing cada año. Con la propuesta del presente trabajo de investigación, Veltek Cia.Ltda generaría ventas durante el año de ejecución del proyecto de un total de 2.471.939,59 (dos millones cuatrocientos setenta y un mil novecientos treinta y nueve con 59/ctvs.) lo que representa un crecimiento del 15% en relación al año base 2014.

Estado de Resultados Proyectado Veltek Cia.Ltda

Tabla 76 Estado de Pérdidas y Ganancias Veltek Cia.Ltda

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO VELTEK CIA.LTDA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014

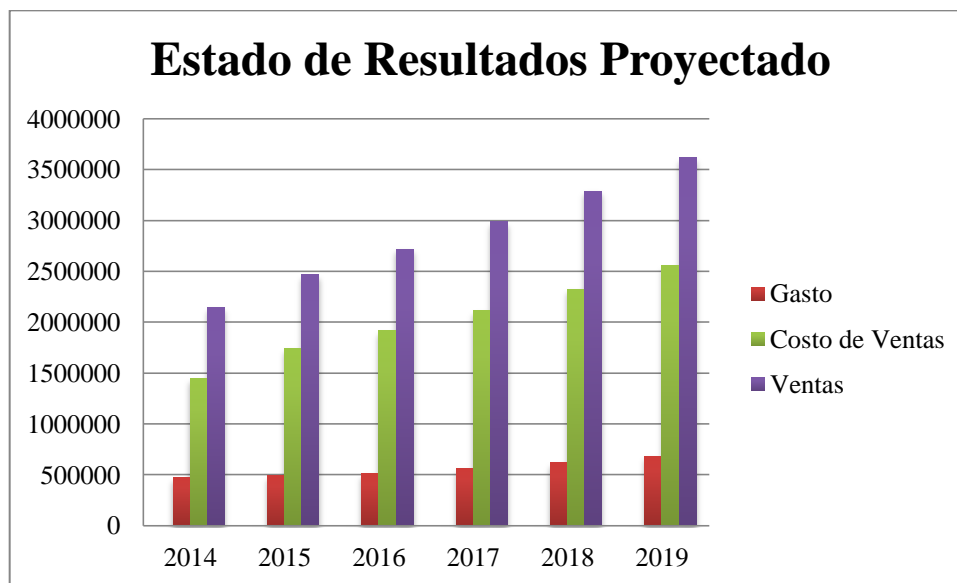
INGRESOS	0	1	2	3	4	5
TOTAL INGRESOS	2.149.512,69	2.471.939,59	2.719.133,55	2.991.046,91	3.290.151,60	3.619.166,76
COSTO DE VENTAS	1.444.769,93	1.745.360,36	1.919.896,40	2.111.886,04	2.323.074,64	2.555.382,10
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	704.742,76	726.579,23	799.237,16	879.160,87	967.076,96	1.063.784,66
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	473.196,25	492.284,23	512.142,19	563.356,40	619.692,05	681.661,25
UTILIDAD OPERACIONAL	231.546,51	234.295,00	287.094,97	315.804,47	347.384,91	382.123,41
GASTOS FINANCIEROS	896,75					
OTROS GASTOS	6.550,48					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	224.099,28	234.295,00	287.094,97	315.804,47	347.384,91	382.123,41
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	33.614,89	35.144,25	43.064,25	47.370,67	52.107,74	57.318,51
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	190.484,39	199.150,75	244.030,72	268.433,80	295.277,18	324.804,89
22% IMPUESTO A LA RENTA	41.906,57	43.813,17	53.686,76	59.055,44	64.960,98	71.457,08
UTILIDAD DEL EJERCICIO	148.577,82	155.337,59	190.343,97	209.378,36	230.316,20	253.347,82

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaboración Veltek Cia.Ltda

Durante el año 2015, período de ejecución del proyecto, se ha realizado la proyección de ventas a un 15% por las razones expuestas anteriormente, y para los años posteriores se ha mantenido una proyección de crecimiento del 15%.

Gráfico 41 Estado de Resultados Proyectado



Fuente: Veltek Cia.Ltda
Elaboración Veltek Cia.Ltda

Estado de Flujos de Efectivo Proyectado

Un estado contable oficial denominado estado de flujos de efectivo ayuda a explicar el cambio en el efectivo contable y sus equivalentes (Ross, 2012) que en el caso de Veltek Cia.Ltda para el año 2015 sería de 154.276,36. En finanzas, el valor de la empresa es su capacidad para generar flujo de efectivo financiero, en el caso de la empresa analizada en la presente investigación se puede definir que tiene capacidad para generar suficiente efectivo como se presenta en el siguiente análisis.

Flujo de Efectivo del Plan de Marketing

Tabla 77 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Veltek Cia.Ltda

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO VELTEK CIA.LTDA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014

INGRESOS	0	1	2	3	4	5
TOTAL INGRESOS	2.149.512,69	2.471.939,59	2.719.133,55	2.991.046,91	3.290.151,60	3.619.166,76
COSTO DE VENTAS	1.444.769,93	1.745.360,36	1.919.896,40	2.111.886,04	2.323.074,64	2.555.382,10
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	704.742,76	726.579,23	799.237,16	879.160,87	967.076,96	1.063.784,66
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	473.196,25	492.284,23	512.142,19	563.356,40	619.692,05	681.661,25
UTILIDAD OPERACIONAL	231.546,51	234.295,00	287.094,97	315.804,47	347.384,91	382.123,41
GASTOS FINANCIEROS	896,75					
OTROS GASTOS	6.550,48					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	224.099,28	234.295,00	287.094,97	315.804,47	347.384,91	382.123,41
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	33.614,89	35.144,25	43.064,25	47.370,67	52.107,74	57.318,51
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	190.484,39	199.150,75	244.030,72	268.433,80	295.277,18	324.804,89
22% IMPUESTO A LA RENTA	41.906,57	43.813,17	53.686,76	59.055,44	64.960,98	71.457,08
UTILIDAD DEL EJERCICIO	148.577,82	155.337,59	190.343,97	209.378,36	230.316,20	253.347,82
DEPRECIACIÓN	25.846,36	25.846,36	25.846,36	25.846,36	25.846,36	25.846,36
FLUJO DE EFECTIVO OPERACIONAL	174.424,18	181.183,95	216.190,33	235.224,72	256.162,56	279.194,18
INVERSIONES PLAN DE MARKETING	(24.461,44)	(26.907,58)	(29.598,34)	(32.558,18)	(35.813,99)	
VALOR RESIDUAL						68.990,08
FLUJO DE CAJA	(24.461,44)	154.276,36	186.591,98	202.666,55	220.348,56	348.184,26

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaboración Veltek Cia.Ltda

Tabla 78 Estado de Efectivo de Valores incrementales

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO DE VALORES INCREMENTALES VELTEK CIA.LTDA
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014

INGRESOS	0	1	2	3	4	5
TOTAL INGRESOS	2.149.512,69	322.426,90	247.193,96	271.913,36	299.104,69	329.015,16
COSTO DE VENTAS	1.444.769,93	300.590,43	174.536,04	191.989,64	211.188,60	232.307,46
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	704.742,76	21.836,47	72.657,92	79.923,72	87.916,09	96.707,70
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	473.196,25	19.087,98	19.857,96	51.214,22	56.335,64	61.969,20
UTILIDAD OPERACIONAL	231.546,51	2.748,50	52.799,97	28.709,50	31.580,45	34.738,49
GASTOS FINANCIEROS	896,75					
OTROS GASTOS	6.550,48					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	224.099,28	2.748,50	52.799,97	28.709,50	31.580,45	34.738,49
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	33.614,89	412,27	7.919,99	4.306,42	4.737,07	5.210,77
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	190.484,39	2.336,22	44.879,97	24.403,07	26.843,38	29.527,72
22% IMPUESTO A LA RENTA	41.906,57	513,97	9.873,59	5.368,68	5.905,54	6.496,10
UTILIDAD DEL EJERCICIO	148.577,82	1.822,25	35.006,38	19.034,40	20.937,84	23.031,62
DEPRECIACIÓN	25.846,36	25.846,36	25.846,36	25.846,36	25.846,36	25.846,36
FLUJO DE EFECTIVO OPERACIONAL	174.424,18	27.668,61	60.852,74	44.880,76	46.784,20	48.877,98
INVERSIONES PLAN DE MARKETING	(24.461,44)	(28.130,66)	(32.350,25)	(37.202,79)	(42.783,21)	
VALOR RESIDUAL						-
FLUJO DE CAJA	(24.461,44)	(462,04)	28.502,48	7.677,96	4.000,98	48.877,98

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaboración Veltek Cia.Ltda

Análisis del Resultado del Plan de Marketing

Tabla 79 Análisis del Resultado del Plan de Marketing

RESULTADO DEL PLAN DE MARKETING VELTEK CIA.LTDA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014

INGRESOS	2014	2015
TOTAL INGRESOS		322.426,90
COSTO DE VENTAS		228.923,10
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		93.503,80
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		19.087,98
UTILIDAD OPERACIONAL		74.415,82
GASTOS FINANCIEROS		-
OTROS GASTOS		-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES		74.415,82
15% PARTICIPACION TRABAJADORES		11.162,37
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		63.253,45
22% IMPUESTO A LA RENTA		13.915,76
UTILIDAD DEL EJERCICIO		49.337,69
DEPRECIACIÓN		0
FLUJO DE EFECTIVO OPERACIONAL		49.337,69
INVERSIONES PLAN DE MARKETING	(24.461,44)	
VALOR RESIDUAL		
FLUJO DE CAJA	(24.461,44)	49.337,69

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaboración Veltek Cia.Ltda

Tabla 80 Análisis resultado Plan de Marketing

INGRESOS	2014	2015
TOTAL INGRESOS		275.138,50
COSTO DE VENTAS		195.348,34
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		79.790,17
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		6.000,00
UTILIDAD OPERACIONAL		73.790,17
GASTOS FINANCIEROS		-
OTROS GASTOS		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES		73.790,17
15% PARTICIPACION TRABAJADORES		11.068,52
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		62.721,64
22% IMPUESTO A LA RENTA		13.798,76
UTILIDAD DEL EJERCICIO		48.922,88
DEPRECIACIÓN		0
FLUJO DE EFECTIVO OPERACIONAL		48.922,88
INVERSIONES PLAN DE MARKETING	(24.461,44)	
VALOR RESIDUAL		
FLUJO DE CAJA	(24.461,44)	24.461,44

Fuente: Veltek Cia.Ltda

Elaboración Veltek Cia.Ltda

En el análisis de los resultados del Plan de Marketing presentado anteriormente, se puede observar que para cubrir la inversión durante el año 2015 la empresa necesitaría registrar ventas adicionales de USD 275.138,50 (doscientos setenta y

cinco mil ciento treinta y ocho dólares americanos con 50/ctvs.), valor que es superado por la cifra real que Veltek Cia.Ltda registrará en ventas adicionales de USD 322.426,90 (trescientos veintidós mil cuatrocientos veintiséis dólares americanos con 90/ctvs.) con el impacto de la presente propuesta, valor que representa un incremento significativo del 15% en ventas para la empresa con relación al año base 2014.

Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. (Urbina, 2003)

Para el presente análisis se ha calculado el punto de equilibrio en términos de la utilidad contable, esquematizando ingresos y costos de la siguiente manera:

Tabla 81 Punto de Equilibrio

	2014	2015
PUNTO EQUILIBRIO	1.443.280,31	1.674.830,25
VENTAS	2.149.512,69	2.471.939,59
COSTO VARIABLE	1.444.769,93	1.745.360,36
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	704.742,76	726.579,23
COSTOS FIJOS	473.196,25	492.284,23

Elaborado por Andrea Muñoz
Fuente: Veltek Cia.Ltda

$$\text{Punto de equilibrio (volumen de ventas)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Volumen total de ventas}}}$$

La empresa analizada deberá vender un mínimo de USD 1.674.830,25 (un millón seiscientos setenta y cuatro mil ochocientos treinta dólares americanos con 25/ctvs.) para cubrir sus costos.

Evaluación Económica

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto, por lo que para el presente trabajo de investigación se ha realizado el cálculo de distintos criterios de rentabilidad como son: valor actual neto, tasa interna de retorno y ratio beneficio costo.

Tabla 82 Evaluación del proyecto

Pasivo Total	547.049,02
Patrimonio	608.697,70
Total Pasivo + Capital Contable	1.155.746,72
Tasa de impuestos	22%
Utilidad neta	148.577,82
ROE	24%
Tasa de deuda	0,28
WACC o Tasa de descuento	0,23
VAFE (Valor actual flujos de efectivo)	\$ 36.481,00
VAN	12.019,56
TIR	84%
BCR COSTO BENEFICIO	1,49

Elaborado por Andrea Muñoz

Fuente: Investigación propia

Valor actual neto

El valor actual neto representa el valor actual de los beneficios netos que genera el proyecto durante toda su vida. Después del análisis del mismo, se determinó que la empresa recibirá USD 12.019,56 más de lo que recibiría si decide colocar su dinero en una actividad que le brinde una rentabilidad equivalente a la tasa de descuento.

Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno representa la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (Urbina, 2003). La tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa será de 84% anual.

Costo – Beneficio

Es el cociente entre el valor absoluto de los costos y los beneficios, actualizados al valor presente. Después de realizado el análisis se puede determinar que el costo-beneficio que la empresa tendría sería de 1,49. Lo que quiere decir que el beneficio que traería el proyecto para la empresa sería bastante significativo.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

Luego de concluida la investigación de presente trabajo de Titulación y desarrollada la presente propuesta se identificaron las siguientes conclusiones, relacionadas con cada uno de los objetivos de estudio.

Capítulo I

- Uno de los principales factores externos que influyen en la actividad de la empresa directamente es la inflación, ya que el giro del negocio está en torno a Servicios de Ingeniería, por ende, a mayor inflación existe un incremento en costos en general, lo que afectará directamente al precio de los servicios que brinda Veltek.

- Se han detectado varias amenazas en el presente estudio, y la inestabilidad gubernamental y las decisiones políticas del actual Gobierno afectan directamente a la empresa analizada, debido a los altos aranceles fijados recientemente para importaciones y varias restricciones presentadas.
- El factor tecnológico es sin duda determinante para el giro del negocio, pues permite ofrecer avanzados equipos en distintos proyectos brindando calidad en el servicio, rapidez y disminución de tiempo en respuesta al requerimiento del cliente.
- En el mercado de Servicios de Ingeniería existen pocos competidores en la actualidad, lo cual es una oportunidad de crecimiento para la empresa Veltek Cia.Ltda durante el presente año.
- Las debilidades más relevantes detectadas en el presente estudio han sido la falta de procedimientos de gestión interna y poca capacidad de financiamiento para poner en marcha nuevos proyectos.
- El análisis 80-20 de Pareto de productos, ventas y clientes permitió determinar que el 20% de productos que genera el 80% de las ventas son Sistemas contra Incendios, Tableros de control, servicios de ingeniería técnica y válvulas Gamewell.

Capítulo II

- Veltek Cia.Ltda es una empresa privada, constituida legalmente como Compañía Limitada en la Superintendencia de Compañías, con el objeto social de brindar servicios de ingeniería mecánica y eléctrica, siendo una de las mejores en instalación de Sistemas contra Incendios.
- La empresa es poco jerarquizada, conformada por tres socios encargados de la Gerencia General, Gerencia de Ventas y Marketing, y la Gerencia de Proyectos y Logística, además de 11 colaboradores en las diferentes áreas y se considera que existe un buen ambiente de trabajo, así como beneficios para los integrantes de la empresa.

Capítulo III

- El estudio de mercado permitió determinar que los clientes actuales prefieren a Veltek Cia.Ltda por su experiencia técnica y calidad de sus equipos.
- En cuanto a las exigencias del mercado, los clientes Veltek quisieran mayor comunicación durante la ejecución del proyecto, así como un contacto post-venta.

- Posterior a la investigación de mercado se pudo determinar que Veltek Cia.Ltda es una empresa percibida por sus clientes actuales como una compañía técnicamente altamente calificada.
- La satisfacción del cliente constituye uno de los principales medios, debido a que las referencias y recomendaciones a nuevos clientes han sido un medio promocional para la empresa.

Capítulo IV

- La planificación, posicionamiento, personas, presentación, producto, precio, promoción-comunicación y lugar constituyen los factores más relevantes a tomar en cuenta para el desarrollo de estrategias de marketing para la empresa.
- Partiendo del análisis de situación e investigación de mercados se pueden definir propuestas de estrategias dirigidas a clientes actuales y potenciales que Veltek no había manejado antes.

Capítulo V

- Para realizar un análisis financiero del impacto del proyecto se ha determinado el presupuesto del Plan de Marketing, el cual tendrá un valor de USD 24951,44.

- El tiempo de recuperación de la inversión es factible debido a que se recupera en el mismo año de ejecución, sugiriendo un presupuesto de marketing para los cinco años siguientes.
- Se puede determinar que el proyecto es rentable de acuerdo al análisis de los indicadores financieros realizados, VAN, TIR, Costo-Beneficio.

7.2 RECOMENDACIONES

Una vez concluida la propuesta de mejora para Veltek Cia.Ltda, se sugiere que los socios propietarios de la empresa tomen en cuenta las siguientes consideraciones:

Capítulo I

- Mantener actualizada información económica y realizar proyecciones de los factores económicos que podría afectar a la empresa para mantener un control de ellos.
- Realizar investigaciones de nuevas tecnologías de Sistemas contra Incendios y Automatización periódicamente mediante la subscripción a boletines tecnológicos de las principales marcas.

- Se recomienda llevar un control del comportamiento de la competencia, ajustarse a los requerimientos del mercado y a las mejoras de la competencia constantemente.
- Implementar un manual de procedimientos que permita mejorar la productividad de la empresa.
- Dirigir estrategias principalmente y con mayor énfasis a los productos que representan el 80% de las ventas de acuerdo al análisis de Pareto realizado.

Capítulo II

- Se recomienda la implementación de la actual propuesta de un Plan de Marketing para la empresa Veltek Cia.Ltda debido a que tiene altas posibilidades de generar un crecimiento en ventas y lograr un mejor posicionamiento para la compañía.
- Implementar un sistema de control interno para Veltek Cia.Ltda donde se detalle de forma ordenada y sistemática instrucciones, responsabilidades e información sobre políticas y reglamentos de las distintas operaciones o actividades que se deben realizar de forma individual y colectiva en la empresa.

Capítulo III

- Programar una investigación de mercado anual bajo lineamientos que permitan identificar necesidades de los clientes, percepción del producto, determinación de áreas de mejora, nuevas tendencias y posible ampliación de gama de productos.
- Se recomienda cumplir con los estándares de tiempo de entrega de proyectos, dando un seguimiento a cada uno de los contratos durante su ejecución y post-venta.
- Analizar la apertura de una oficina de Veltek Cia.Ltda en la ciudad de Guayaquil durante el año 2016.

Capítulo IV

- Realizar una investigación de mercados anual para analizar la percepción de marca, necesidades de clientes e implementación de nuevas estrategias.
- Se recomienda establecer alianzas estratégicas con nuevas marcas de equipos contra incendios y automatización para ofrecer productos de mejor calidad.

Capítulo IV

- Adoptar estrategias de marketing propuestas y realizar la inversión para obtener un crecimiento durante el año 2015.
- Analizar indicadores financieros cada año para definir la rentabilidad de la inversión en Marketing anual.

BIBLIOGRAFÍA

- BCE, B. C. (2013). *Entorno Macroeconómico*. Obtenido de www.elfinanciero.com/economia/economia.html.
- Bitta, D. y. (1995). *Comportamiento del consumidor*. McGraw-Hill.
- David Pérez, I. P. (2006). *El Conocimiento del Mercado: análisis de Clientes, Intermediarios y Competidores*. Recuperado el 6 de Abril de 2015, de EOI Escuela de Negocios: http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45089/componente45087.pdf
- Esteban, I. G. (2012). *Marketing de los servicios*. México DF: ALDAOMEGA GRUPO EDITOR S.A.
- Fernández, H. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Franklin, E. B. (s.f.). *Organización de Empresas*.
- HERNÁNDEZ, G. M. (2006). *Diccionario de Economía* (1era edición ed.). Bogotá, Colombia: EUCC Editorial Universidad Cooperativa de Colombia.
- HERNANDEZ, Gustavo . (2006). *Diccionario de Economía*. Bogotá: EUCC Editorial Universidad Cooperativa de Colombia.
- HITT, BLACK y PORTER. (2006). *Administración*. México: Pearson.
- IMECANIC. (s.f.). *Imecanic*. Recuperado el 28 de octubre de 2014, de <http://www.imecanic.com/index.php/quienes-somos/historia>
- Jack, F. (2000). *Negocios Exitosos*. McGraw Hill.
- Kazmi. (2007). *Marketing Management*.
- KOHLER. (s.f.). *Diccionario de términos Económicos y contables*. Perú.

KOTLER y ARMSTRONG. (2004). *Marketing* (8va edición ed.). Juárez, México : Pearson - Prentice Hall.

Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. North Carolina: Pearson.

KOTLER, P. B., & Hayes, T. (2004). *Marketing de Servicios Profesionales* (4ta edición ed.). Barcelona, España: Paidós Empresa.

MALHOTRA, N. K. (2004). *Investigación de Mercados un enfoque aplicado*. México D.F: Pearson.

Mendez, C. (1992).

MUNUERA, A. j. (2007). *Estrategia de Marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección* (1era edición ed.). Madrid, España: ESIC Editorial.

MUÑIZ. (2009). *Control Presupuestario: planificación, elaboración y seguimiento del presupuesto*. España: Profit Editorial.

MUÑIZ, L. (2009). *Control Presupuestario: planificación, elaboración y seguimiento del presupuesto* (1era edición ed.). Barcelona, España: PROFIT EDITORIAL.

Parra, F. (5 de octubre de 2014). VELTEK. (A. Muñoz, Entrevistador) Recuperado el 20 de septiembre de 2014, de VELTEK: <http://veltek.com.ec/>

PERNAUT ARDANAZ, Manuel. S.J y ORTIZ F. Eduardo José. (2008). *Introducción a la teoría económica*. Caracas: Editorial Texto.

Roldán, J. M. (s.f.). Calidad. España.

Ross, S. (2012). *Finanzas corporativas*. México: McGraw Hill.

S.L, V. (2003). *Marketing Estratégico*. Málaga: Vértice.

Spencer, M. (1993). *Economía Contemporánea*. Barcelona, España: Editorial Reverte.

Urbina, G. B. (2003). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw Hill.

Velez, G. A. (2003). *Proyectos: Formulación, Evaluación y Control*. AC EDITORES.

Wikipedia. (2014). *Metodo deductivo*. Obtenido de

http://es.wikipedia.org/wiki/Método_hipotético-deductivo

BCE, B. C. (2013). *Entorno Macroeconómico*. Obtenido de

www.elfinanciero.com/economia/economia.html.

Bitta, D. y. (1995). *Comportamiento del consumidor*. McGraw-Hill.

David Pérez, I. P. (2006). *El Conocimiento del Mercado: análisis de Clientes, Intermediarios y*

Competidores. Recuperado el 6 de Abril de 2015, de EOI Escuela de Negocios:

http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45089/componente45087.pdf

Esteban, I. G. (2012). *Marketing de los servicios*. México DF: ALDAOMEGA GRUPO EDITOR

S.A.

Fernández, H. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Franklin, E. B. (s.f.). *Organización de Empresas*.

HERNÁNDEZ, G. M. (2006). *Diccionario de Economía* (1era edición ed.). Bogotá, Colombia:

EUCC Editorial Universidad Cooperativa de Colombia.

HERNANDEZ, Gustavo . (2006). *Diccionario de Economía*. Bogotá: EUCC Editorial Universidad

Cooperativa de Colombia.

HITT, BLACK y PORTER. (2006). *Administración*. México: Pearson.

IMECANIC. (s.f.). *Imecanic*. Recuperado el 28 de octubre de 2014, de

<http://www.imecanic.com/index.php/quienes-somos/historia>

Jack, F. (2000). *Negocios Exitosos*. McGraw Hill.

Kazmi. (2007). *Marketing Management*.

KOHLER. (s.f.). *Diccionario de términos Económicos y contables*. Perú.

KOTLER y ARMSTRONG. (2004). *Marketing* (8va edición ed.). Juárez, México : Pearson - Prentice Hall.

Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. North Carolina: Pearson.

KOTLER, P. B., & Hayes, T. (2004). *Marketing de Servicios Profesionales* (4ta edición ed.). Barcelona, España: Paidós Empresa.

MALHOTRA, N. K. (2004). *Investigación de Mercados un enfoque aplicado*. México D.F: Pearson.

Mendez, C. (1992).

MUNUERA, A. j. (2007). *Estrategia de Marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección* (1era edición ed.). Madrid, España: ESIC Editorial.

MUÑIZ. (2009). *Control Presupuestario: planificación, elaboración y seguimiento del presupuesto*. España: Profit Editorial.

MUÑIZ, L. (2009). *Control Presupuestario: planificación, elaboración y seguimiento del presupuesto* (1era edición ed.). Barcelona, España: PROFIT EDITORIAL.

Parra, F. (5 de octubre de 2014). VELTEK. (A. Muñoz, Entrevistador) Recuperado el 20 de septiembre de 2014, de VELTEK: <http://veltek.com.ec/>

PERNAUT ARDANAZ, Manuel. S.J y ORTIZ F. Eduardo José. (2008). *Introducción a la teoría económica*. Caracas: Editorial Texto.

Roldán, J. M. (s.f.). *Calidad*. España.

Ross, S. (2012). *Finanzas corporativas*. México: McGraw Hill.

S.L, V. (2003). *Marketing Estratégico*. Málaga: Vértice.

Spencer, M. (1993). *Econoía Contemporanea*. Barcelona, España: Editorial Reverte.

Urbina, G. B. (2003). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw Hill.

Velez, G. A. (2003). *Proyectos: Formulación, Evaluación y Control*. AC EDITORES.

Wikipedia. (2014). *Metodo deductivo*. Obtenido de

http://es.wikipedia.org/wiki/Método_hipotético-deductivo